

แนวทางการพัฒนากลยุทธ์สำหรับที่พักอาศัยสำหรับลูกค้าชาวจีนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดชลบุรี

ฐิติพัชร แพนเกาะ

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการธุรกิจโลก

วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

พฤษภาคม 2560

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์และคณะกรรมการสอบปากเปล่างานนิพนธ์ ได้พิจารณา
งานนิพนธ์ของ ฐิติพัชร แพนเกาะ ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจโลก ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์

ฐิติพัชร แพนเกาะ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(ดร.ธีทัต ตรีศิริโชติ)

คณะกรรมการสอบปากเปล่า

ฐิติพัชร แพนเกาะ ประธาน
(ดร.ธีทัต ตรีศิริโชติ)

สม ธิ กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชนัน เมธิโยธิน)

นพดล เชนประเสริฐ กรรมการ
(ดร.นพดล เชนประเสริฐ)

สาธิต ปิติวรา กรรมการ
(ดร.สาธิต ปิติวรา)

วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์อนุมัติให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจโลก ของมหาวิทยาลัยบูรพา

บวรพรต วิรุณราช คณบดีวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บวรพรต วิรุณราช)

วันที่.....เดือน พ.ศ. 2560

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความกรุณาเป็นอย่างยิ่งจาก ดร.ธีทัต ตรีศิริโชติ อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ที่ได้สละเวลาให้คำปรึกษาและให้ข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์ยิ่ง ตลอดจนช่วยแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความละเอียดถี่ถ้วนและเอาใจใส่ด้วยดีเสมอมา จนวิจัยฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งเป็นอย่างยิ่ง จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.สุชนิ เมธิโยธิน ดร.สาธิต ปิติวรา และ ดร.นพดล เศษประเสริฐ ที่กรุณาให้ข้อเสนอแนะให้งานนิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น กราบขอบพระคุณคณาจารย์วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ และประสบการณ์การเรียนการสอนที่มีค่ายิ่ง และกราบขอบพระคุณ พี่ ๆ เจ้าหน้าที่ของวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ทุกท่านที่ช่วยให้คำแนะนำ และอำนวยความสะดวกในการทำวิจัย

ขอกราบขอบพระคุณ Mr.Jiyun Xu, Miss Lijun Zeng, Miss Sibe Wu, Miss Lintinng Chen, Miss Wenjing Liang, Miss Liusha Lan, Mr.Xinxia Li, Miss Xiang Li, Mr.Linting Chen, Miss Ningyu Yang, Miss Zhiyu Jia, Miss Xin Yang, Miss Xioyun Su, Miss Luying Huang, Miss Yushan Ou, Miss Ruiqun Liao, Miss Yunmi Wang, Mr.Ming Li, Miss Yi Zhao, Miss Xiaoyi Duan ที่อนุเคราะห์ให้ข้อมูลเชิงลึกในการสัมภาษณ์ และให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการทำวิจัยฉบับนี้

สุดท้ายนี้ขอรำลึกพระคุณของบิดา มารดา ผู้เป็นที่รักและมีพระคุณอันยิ่งใหญ่ ที่ให้กำเนิด

ให้สติปัญญา ให้ความรักและความห่วงใย และอยู่เบื้องหลังความสำเร็จของผู้วิจัย ด้วยความกรุณาเสมอมา ขอขอบคุณพี่น้องในครอบครัวทุกท่านและเพื่อนสนิท รวมทั้งกัลยาณมิตรทุกท่าน ที่ให้กำลังใจและให้ความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ ด้วยดีตลอดมา จนงานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

คุณค่าและประโยชน์ที่ได้รับจากงานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยขอบมอบเป็นกตัญญูกตเวทิตาแด่บุพการี คณาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่านทั้งในอดีตและปัจจุบัน ที่ทำให้ข้าพเจ้าเป็นผู้มีการศึกษาและประสบความสำเร็จมาจนตราบเท่าทุกวันนี้

57710402: สาขาวิชา การจัดการธุรกิจโลก; บธ.ม. (การจัดการธุรกิจโลก)

คำสำคัญ: การตัดสินใจ/ ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด 7Ps/ ที่เช่าพักอาศัย

ฐิติพัชร แพนเกาะ: แนวทางการพัฒนานักกลยุทธ์สำหรับที่พักอาศัยสำหรับลูกค้าชาวจีนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดชลบุรี (GUIDELINES FOR STRATEGIC PLANNING FOR RENTAL HOUSES FOR CHINESE CUSTOMERS LIVING IN CHONBURI) อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์: ธีทัต ตริศิริโชติ, D.B.A., 88 หน้า, 2559.

การศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนานักกลยุทธ์สำหรับที่พักอาศัยสำหรับลูกค้าชาวจีนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดชลบุรี ครั้งนี้ผู้วิจัยศึกษาถึงความคิดเห็นที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด 7 ด้าน ประกอบด้วย ด้านลักษณะห้องพัก ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านการบริการ ด้านบุคคลที่ให้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยของลูกค้าชาวจีนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดชลบุรี โดยอาศัยระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้าชาวจีนที่ตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยในจังหวัดชลบุรี ซึ่งการศึกษานี้ใช้การศึกษภาคสนาม (Field survey) สัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ และสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) โดยเลือกสัมภาษณ์เฉพาะชาวจีนที่เข้าพักอาศัยในจังหวัดชลบุรี จากกลุ่มตัวอย่าง 20 คน ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) มุ่งเฉพาะพื้นที่พักอาศัยที่มีระยะห่างจากถนนสุขุมวิท/ หรือถนนสายหลัก 300 เมตร-1 กิโลเมตร ในเขตจังหวัดชลบุรี ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดพบว่า

ด้านลักษณะห้องพัก มีผู้ตัดสินใจเลือกเช่าพักอาศัย โดยให้เหตุผลด้านนี้ 4 ท่าน ด้านราคา มีผู้ตัดสินใจเลือกเช่าพักอาศัย โดยให้เหตุผลด้านนี้ 6 ท่าน ด้านทำเลที่ตั้ง มีผู้ตัดสินใจเลือกเช่าพักอาศัย โดยให้เหตุผลด้านนี้ 3 ท่าน ด้านการบริการ มีผู้ตัดสินใจเลือกเช่าพักอาศัย โดยให้เหตุผลด้านนี้ 4 ท่าน ด้านบุคคลที่ให้บริการ มีผู้ตัดสินใจเลือกเช่าพักอาศัย โดยให้เหตุผลด้านนี้ 2 ท่าน ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีผู้ตัดสินใจเลือกเช่าพักอาศัย โดยให้เหตุผลด้านนี้ 1 ท่าน

ยกเว้นด้านการส่งเสริมทางการตลาด ไม่มีผู้ตัดสินใจเลือกเช่าพักอาศัยโดยอาศัยปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดไม่มีท่านใดตัดสินใจเลือก แต่กลุ่มตัวอย่างต้องการที่จะได้รับการส่งเสริมการตลาดอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นส่วนลดค่าห้อง กิจกรรมภายในที่เช่าพักอาศัย

ผู้ตอบสัมภาษณ์ให้ความสำคัญด้านราคาในการตัดสินใจเลือกในการตัดสินใจเช่าพักอาศัยมากที่สุด จำนวน 6 ท่าน ดังนั้น ผู้ประกอบการควรมีการคิดราคาห้องพัก ค่าน้ำ ค่าไฟ และค่ามัดจำล่วงหน้า ในราคาที่เหมาะสม เพื่อเป็นส่วนสำคัญในการตัดสินใจเช่าพักอาศัยของลูกค้ากลุ่มชาวจีน

57710402: MAJOR: GLOBAL BUSINESS MANAGEMENT; M.B.A
(GLOBAL BUSINESS MANAGEMENT)

KEYWORDS: DECISION/ MARKETING MIX FACTORS/ RENTAL HOUSES

TITIPAT PAN-KOH: GUIDELINES FOR STRATEGIC PLANNING FOR
RENTAL HOUSES FOR CHINESE CUSTOMERS LIVING IN CHONBURI. ADVISOR:
TEETUT TRISIRICHOTE, D.B.A. 88 P. 2016.

The research had objectives to study Chinese tenants' opinion on 7Ps Marketing Mix of rental home which consisted of room features, price, place aspect, promotion, service, people, and physical environment, and all of these affect Chinese customers living in Chonburi. The study was a qualitative research. The population of the study consisted of Chinese tenants living in Chonburi. Field Survey was used in the study, and informal in-depth interview were purposively conducted to Chinese tenants living in Chonburi. There were 12 people in the sample group and purposive sampling used in sampling method was aimed at tenants whose residential areas were only 300 meters away from Sukhumvit Road or the main road in Chonburi.

To 7Ps marketing mix, it was found that four Chinese tenants made decision to rent the house because of its feature. Six Chinese tenants made decision to rent the house because of its price. Three Chinese tenants made decision because of the location. Four Chinese tenants made decision because of the service. Two Chinese tenants made decision because of people (staff). Only one person made a decision to rent a house because of physical environment. Nobody made decision because of promotion; however, they needed the promotion very much. For example, they wanted the discount or activities in the rental houses.

Most of the interviewees, six people, put an emphasis on price when they made a decision to choose a rental house. Thus, the entrepreneur should give reasonable rent price, water and electricity price, and deposit in order to be an important factor for Chinese tenants to choose the house to rent.

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ญ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
กรอบแนวคิดในการวิจัย	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัย	4
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	6
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด	12
ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ.....	14
แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกแหล่งและลักษณะที่อยู่อาศัย	16
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	18
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	23
กำหนดแนวทางการพัฒนากลยุทธ์สำหรับที่พักอาศัยสำหรับลูกค้าชาวจีนที่อาศัย อยู่ในจังหวัดชลบุรี	23
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	23
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	24
เครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล	25
การวิเคราะห์ข้อมูล	25

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิจัยและการวิเคราะห์	27
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์	27
ส่วนที่ 2 คำถามสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps.....	32
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	73
สรุปผล	73
อภิปรายผล	75
ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย	76
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	78
บรรณานุกรม	80
ภาคผนวก	83
ภาคผนวก ก	84
ภาคผนวก ข	88
ประวัติย่อของผู้วิจัย	90

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1-1	จำนวนคนงานชาวจีนที่เดินทางเข้ามาทำงานโดยถูกกฎหมายไตรมาสที่ 3 ปี พ.ศ. 2559. 2
2-1	คำถาม 6 Ws และ 1H เพื่อหาคำตอบ 7 ประการ เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภครวม..... 7
4-1	ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นผู้ตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยชาวจีนที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัดชลบุรี..... 27
4-2	สรุปข้อมูลทั่วไปของลูกค้าชาวจีน ข้อ 1 30
4-3	ผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นผู้ตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยชาวจีนที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัดชลบุรี 32
4-4	สรุปบทสัมภาษณ์ลูกค้าชาวจีนตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยในจังหวัดชลบุรี มีความคิดเห็น ด้านลักษณะห้องพัก 37
4-5	ผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นผู้ตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยชาวจีนที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัดชลบุรี 38
4-6	สรุปบทสัมภาษณ์ลูกค้าชาวจีนตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยในจังหวัดชลบุรี มีความคิดเห็น ด้านราคา 42
4-7	ผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นผู้ตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยชาวจีนที่พักอาศัยอยู่ใน จังหวัดชลบุรี 43
4-8	สรุปบทสัมภาษณ์ลูกค้าชาวจีนตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยในจังหวัดชลบุรี มีความคิดเห็น ด้านทำเลที่ตั้ง 47
4-9	ผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นผู้ตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยชาวจีนที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัดชลบุรี 48
4-10	สรุปบทสัมภาษณ์ลูกค้าชาวจีนตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยในจังหวัดชลบุรี มีความคิดเห็น ด้านการส่งเสริมทางการตลาด..... 52
4-11	ผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นผู้ตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยชาวจีนที่พักอาศัยอยู่ใน จังหวัดชลบุรี 53
4-12	สรุปบทสัมภาษณ์ลูกค้าชาวจีนตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยในจังหวัดชลบุรี มีความคิดเห็น ด้านกระบวนการบริการ 57
4-13	ผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นผู้ตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยชาวจีนที่พักอาศัยอยู่ใน จังหวัดชลบุรี 58
4-14	สรุปบทสัมภาษณ์ลูกค้าชาวจีนตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยในจังหวัดชลบุรี มีความคิดเห็น ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ 62

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-15 ผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นผู้ตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยชาวเงินที่พักอาศัยอยู่ใน จังหวัดชลบุรี.....	63
4-16 สรุบบทสัมภาษณ์ลูกค้ำชาวเงินตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยในจังหวัดชลบุรี มีความคิดเห็น ด้านลักษณะทางกายภาพ.....	67
4-17 สรุปความคิดเห็นของผู้เช่าที่พักอาศัยของลูกค้ำชาวเงินที่อาศัยอยู่ในจังหวัดชลบุรี ตามประเด็นต่าง ๆ	69
4-18 ตัวอย่างการทำแผนกลยุทธ์การขององค์กร	71
4-19 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาจากแบบสอบถามปลายเปิดเป็นข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ อื่น ๆ ของผู้เช่าห้องพักที่เป็นลูกค้ำชาวเงินที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัดชลบุรี	72

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1-1 กรอบแนวคิดในการวิจัย	3
2-1 แบบจำลองโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค.....	10
2-2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค	15
3-1 สรุปขั้นตอนการเลือกตัวอย่าง.....	24
3-2 สรุปขั้นตอนการดำเนินการวิจัย	26

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การเจริญเติบโตของธุรกิจ ส่งผลต่อการขยายงานขององค์กรต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน มีการแข่งขันสูงขึ้น มีการรับแรงงานต่างชาติเข้ามาทำงาน โดยเฉพาะการเข้ามาของชาวจีนแผ่นดินใหญ่ในประเทศไทยค่อนข้างมีหลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบการค้า การลงทุน การท่องเที่ยว การเป็นล่าม แปลภาษา ไทย-จีน หรือผู้ช่วยผู้จัดการในหลาย ๆ ธุรกิจ เพราะบริษัทจีนที่มาลงทุนในไทยมีความหลากหลาย ทั้งการบิน การธนาคาร การท่องเที่ยว และในอุตสาหกรรมสายการผลิต เช่น การผลิตรถจักรยานยนต์ อุตสาหกรรมเฉพาะเช่น การแปรรูปยางพาราซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมาก ธุรกิจที่จีนมาลงทุนในไทยนั้นเฟื่องฟูมาประมาณ 5 ปี และนักศึกษาจีนถึงร้อยละ 80 ต้องการมาทำงานต่อที่ประเทศไทย สอดรับกับบริษัทจีนที่ต้องการบุคลากรจีนเป็นจำนวนมาก และด้วยสถานะของตัวบริษัทที่เปิดในไทย ทำให้สามารถขอใบอนุญาตการทำงาน (Work permit) ได้ง่ายกว่าการเป็นต่างชาติดำเนินงานที่ไทยเป็นรายบุคคลซึ่งทำให้จำนวนประชากรของคนจีนในไทยเพิ่มขึ้นเป็นเท่าตัวด้วยปัจจัยหลายอย่างที่เอื้อให้ชาวจีนมีการหลั่งไหลเข้ามา เช่น การพัฒนาของสาธารณูปโภคที่เชื่อมโยงระหว่างประเทศในภูมิภาคเอเชีย ความร่วมมือและข้อตกลงระหว่างประเทศ นอกจากการเข้ามาของนักท่องเที่ยวชาวจีนแล้ว ผู้ปกครองชาวจีนก็ยังนิยมส่งลูกหลานมาเรียนในไทยอีกด้วย โดยเฉพาะในระดับอุดมศึกษาและมหาวิทยาลัย เนื่องจากผู้ปกครองชาวจีนเห็นว่าการศึกษาไทยมีค่าใช้จ่ายที่ไม่แพง มีคุณภาพ และยังช่วยเพิ่มฐานเงินเดือนให้สูง รวมถึงวัฒนธรรมไทยสามารถอบรมให้เด็กจีนมีระเบียบวินัย และจิตใจโอบอ้อมอารีเมื่อเด็กจีนสำเร็จการศึกษาแล้ว ก็มีแนวโน้มที่จะทำงานในประเทศไทยต่อ เพราะประเทศไทยมีโอกาสในการทำงานสูงกว่าในประเทศจีน ที่มีประชากรอาศัยอยู่อย่างหนาแน่นพร้อมด้วยการแข่งขันที่สูงตามมา (พรพิพันธ์ ยีรงค์, 2557)

และจากการขยายตัวของเศรษฐกิจที่มีมาอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้ชาวต่างชาติรวมทั้งชาวจีนเข้ามาทำงานในนิคมอุตสาหกรรมต่าง ๆ มากขึ้นซึ่งจากที่กล่าวมาข้างต้นนั้นส่งผลทำให้ผู้ที่เดินทางมาทำงานจากประเทศจีนต้องการที่อยู่อาศัยเพิ่มตามไปด้วย ประกอบกับพฤติกรรมการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ทำให้ชาวจีนส่วนใหญ่เลือกที่อยู่อาศัยที่ง่ายต่อการดำรงชีวิต และประหยัดเวลาในการเดินทางไปสถานที่ทำงานมากที่สุด เช่น เลือกพื้นที่ใกล้สถานที่ทำงาน

พร้อมทั้งผู้อยู่อาศัยสามารถเข้าพักได้อย่างสะดวกสบาย โดยมีอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ซึ่งนั่นคือคอนโดมิเนียมหรืออพาร์ทเมนท์

ตารางที่ 1-1 จำนวนคนงานชาวจีนที่เดินทางเข้ามาทำงาน โดยถูกกฎหมายไตรมาสที่ 3 ปี พ.ศ. 2559 (กรกฎาคม-กันยายน 2559) (สำนักงานจัดหางานจังหวัดชลบุรี, 2559)

แจ้งการทำงานอันจำเป็น และเร่งด่วน (มาตรา 7)	ส่งเสริมการลงทุน (BOI) (มาตรา 10)	ชั่วคราว (มาตรา 7)	พื้นที่สูง (มาตรา 12)
จีน 54	จีน 380	จีน 514	จีน-ส่อ อิศระ 51

จังหวัดชลบุรี เป็นจังหวัดหนึ่งที่มีการรวมตัวกันทางด้านอุตสาหกรรมและการท่องเที่ยว โดยเฉพาะเมืองพัทยา ทำให้ความต้องการของที่พักอาศัยประเภท คอนโดมิเนียมหรืออพาร์ทเมนท์เพิ่มมากขึ้น โดยดูได้จากจำนวนหอพักรายเดือนในจังหวัดชลบุรี และเมืองพัทยา ที่มีการเพิ่มขึ้นอย่างมาก และมีความแตกต่างกันทั้งในด้านลักษณะของห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้อง ทำเลที่ตั้ง และราคาเช่าห้องพักเพิ่มขึ้นทุกปีในจังหวัดชลบุรี นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2554-ปัจจุบัน (สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ จังหวัดชลบุรี, 2558) ซึ่งหอพักถือเป็นตัวเลือกอันดับต้น ๆ ของที่พักอาศัยที่สะดวกรวดเร็วในการเข้าพักอาศัย โดยเฉพาะชาวต่างชาติอย่างคนจีนที่เข้ามาประกอบอาชีพและขยายแรงงานในจังหวัดชลบุรี ต้องย้ายเข้ามาอาศัยอยู่บริเวณใกล้เคียงสถานที่ทำงานเพื่อความสะดวกในการเดินทาง พร้อมทั้งประหยัดค่าใช้จ่ายอีกด้วย การเลือกหอพักจึงมีความจำเป็นมากขึ้นด้วย เมื่อมีการเคลื่อนย้ายถิ่นฐานมาทำงานหรือตามครอบครัว ซึ่งการเช่าที่พักอาศัยในบริเวณที่ใกล้เคียงที่ทำงานอาจเหมาะสมมากกว่าและมีค่าใช้จ่ายไม่สูงเมื่อเปรียบเทียบกับ การเช่าซื้อบ้านเป็นหลัก

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยมุ่งเน้นความสำคัญไปที่การศึกษาถึงคั้นคว่าแนวทางพัฒนากลยุทธ์สำหรับที่พักอาศัยของกลุ่มลูกค้าชาวจีนที่อาศัยในจังหวัดชลบุรี เพื่อที่จะได้รวบรวมข้อมูลจากการสำรวจและการวิเคราะห์นำไปเป็นข้อมูลพื้นฐาน และเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการให้เช่าที่พักรายเดือน และจกนำผลการวิจัยมาใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการที่พักรายเดือน อีกทั้งเป็นประโยชน์แก่ผู้สนใจจะลงทุนในธุรกิจประเภทนี้ไว้รองรับลูกค้าชาวต่างชาติ ในการใช้เป็นแนวทางการปรับปรุงสวัสดิการ ทางด้านที่พักอาศัย ให้แก่พนักงานสาขาของบริษัทที่ใหญ่และเล็กที่เป็นคนต่างชาติอย่างชาวจีนที่มีสาขาอยู่ในจังหวัดชลบุรี รวมถึงเป็นแนวทางให้กับหน่วยงานภาครัฐในการจัดบริการอย่างมีประสิทธิภาพ และสร้างโอกาส

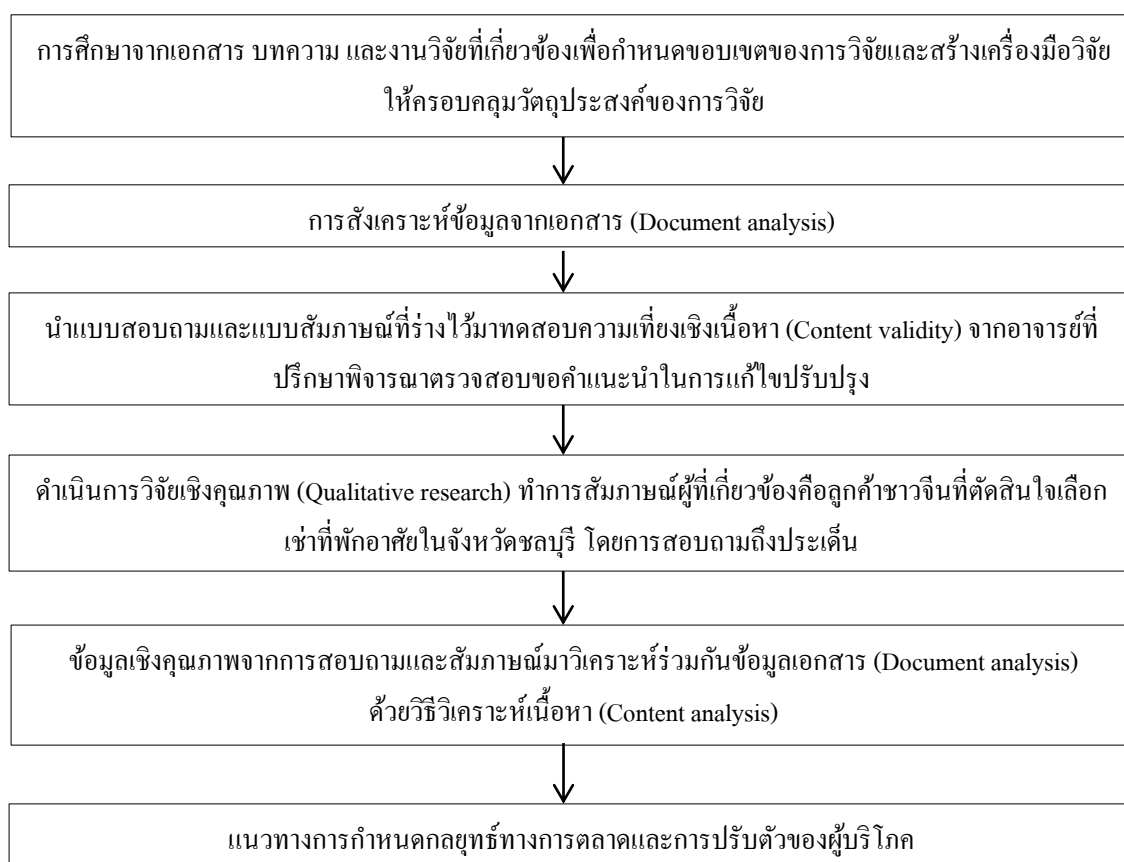
เติบโตทางเศรษฐกิจของจังหวัดชลบุรี โดยเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดเพื่อเป็นพัฒนากลยุทธ์สำหรับที่พักอาศัยของลูกค้ชาวจีน ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดชลบุรี
2. เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาสินค้าและการให้บริการที่พักอาศัยของลูกค้ชาวจีน ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดชลบุรี

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการพัฒนากลยุทธ์สำหรับที่พักของลูกค้ชาวจีนในจังหวัดชลบุรี และสามารถกำหนดกรอบแนวคิด ดังนี้



ภาพที่ 1-1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนากลยุทธ์สำหรับที่พักอาศัยสำหรับลูกค้าชาวจีนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดชลบุรีมีวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าชาวจีนที่เลือกพักอาศัยในหอพัก ในจังหวัดชลบุรี ใช้วิธีการศึกษาภาคสนาม (Field survey) เป็นหลัก โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) โดยเลือกสัมภาษณ์บุคคลเฉพาะชาวจีน ที่เลือกพักอาศัยในหอพักในเขตจังหวัดชลบุรี ทั้งนี้คำถามในการสัมภาษณ์เป็นคำถามปลายเปิดและปลายปิด โดยมีประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจการเลือกเช่าที่พักอาศัยของลูกค้าชาวจีน ทั้งนี้เป็นการสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้างซึ่งมีเค้าโครงคำถามไว้บ้างแล้ว แต่ในการสัมภาษณ์จริงก็จะมีการปรับตามสถานการณ์ของการสัมภาษณ์แต่ละครั้ง โดยใช้วิธีผสมผสาน (Style combination) ระหว่างการสัมภาษณ์แบบสนทนาอย่างไม่เป็นทางการ

ขอบเขตด้านพื้นที่

ขอบเขตด้านพื้นที่ในการวิจัยมีดังนี้ หอพักอาศัยในเขตพื้นที่จังหวัดชลบุรีที่มีระยะห่างประมาณ 300 เมตร-1 กิโลเมตร จาก ถนนสุขุมวิทหรือ ถนนสายหลัก

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ขอบเขตด้านเนื้อหาในการวิจัยมีดังนี้

การวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยได้ใช้ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ และแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกแหล่งและลักษณะที่อยู่อาศัย

ขอบเขตระยะเวลา

ขอบเขตระยะเวลาผู้วิจัยได้ใช้ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษาในช่วงเวลา 1 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2560-28 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2560

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัย

1. ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจการเลือกเช่าที่พักอาศัยในหอพักของลูกค้าชาวจีนในจังหวัดชลบุรี
2. ผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการเพื่อนำข้อมูลไปปรับปรุงหอพักของผู้ประกอบการในจังหวัดชลบุรี

3. ได้ทราบกลยุทธ์การขายหรือการทำธุรกิจที่เช่าพักอาศัยที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า อันก่อให้เกิดการขายตัวของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ด้านอาคารชุดหรืออาคารเช่าพักอาศัย

นิยามศัพท์เฉพาะ

หอพัก หมายถึง อพาร์ทเมนท์ คอนโดมิเนียม หรืออาคารพานิชย์ (ตึกแถว) ที่ก่อสร้างที่มีจำนวนชั้นไม่ต่ำกว่า 4 ชั้น แบ่งเป็นห้อง ๆ เป็นสัดส่วน ในงานวิจัยนี้ คือ หอพักที่ตั้งอยู่ในเขตชลบุรี

การตัดสินใจเลือกเช่าพักในหอพัก หมายถึง กระบวนการคิดอย่างมีเหตุผลในการเลือกแนวทางปฏิบัติที่เหมาะสม หรือพอใจเพื่อจะได้นำไปสู่การปฏิบัติให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการหรือแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ได้ ในครั้งนี้ประกอบด้วย คือ 1) การรับรู้ความต้องการ

2) การค้นหาข้อมูล 3) การประเมินผลทางเลือก 4) การตัดสินใจซื้อ และ 5) พฤติกรรมหลังการซื้อ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps หมายถึง ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะห้องพัก ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้งด้านการส่งเสริมทางการตลาดด้านการบริการด้านบุคคลที่ให้บริการด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษางานวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรม ผู้บริโภค และส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่อยู่อาศัยของลูกจ้างชาวจีน ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดชลบุรี ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการศึกษาค้นคว้าทฤษฎี แนวคิด จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งเป็นหัวข้อต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ
4. แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกแหล่งและลักษณะที่อยู่อาศัย
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

นราทิพย์ ชูติวงศ์ (2550, หน้า 87) ให้ความหมายไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง สถานการณ์ที่ผู้บริโภคเผชิญอยู่ ด้วยจำนวนเงินที่มีจำกัด ด้วยราคาสินค้าที่ปรากฏอยู่ในท้องตลาด และด้วยความต้องการแสวงหาความพอใจสูงสุด ผู้บริโภคมีหลักเกณฑ์อย่างไรในการจัดสรรเงินที่ตนมีอยู่ซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2550, หน้า 3) ให้ความหมายไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่บุคคลกระทำเพื่อให้ได้สินค้าหรือบริการมาเพื่อบริโภค ตลอดจนรวมถึงการบริโภคด้วย

อัจฉรา สมบัตินนทนา (2555, หน้า 22) ให้ความหมาย พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลในการสรรหา คัดเลือกและตัดสินใจซื้อ เพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าและบริการ ซึ่งเกิดจากทัศนคติ การรับรู้ การเรียนรู้ และเหตุผลส่วนบุคคล และยังเกิดจากสภาพการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจ การเมือง สังคม วัฒนธรรม และเทคโนโลยี ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของบุคคล

ทฤษฎีเกี่ยวกับการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing consumer behavior)

มารีสา จุลสมบุญ (2555) ศึกษาทฤษฎีเกี่ยวกับการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing consumer-behavior) เป็นการค้นหาและวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคคำตอบที่ได้จะช่วยให้นักการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์ของการตลาด (Marketing strategies) เพื่อสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสมคำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภคคือ 6Ws และ 1H Who? What? When? Where? Why? และHow? เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการหรือ 7Os ซึ่งประกอบด้วย Occupants, objects, objectives, organizations, occasion, outlets and Operations แสดงการใช้ 7 คำถามเพื่อหาคำตอบ 7 ประการที่เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภครวมทั้งการใช้กลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับคำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคและตารางที่แสดงการประยุกต์ใช้ 7Os ของกลุ่มเป้าหมายและคำตอบที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อวิเคราะห์ผู้บริโภครายแสดงคำถาม 7 คำถาม (6Ws และ 1H) เพื่อหาคำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (7Os)

ตารางที่ 2-1 คำถาม 6 Ws และ 1H เพื่อหาคำตอบ 7 ประการ เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (7Os) (มารีสา จุลสมบุญ, 2555)

คำถาม (6 Ws และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย Who is in target market?	ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants)	กลยุทธ์การตลาด (7Ps) ประกอบด้วย
	1. ทางด้านประชากรศาสตร์	1. ด้านผลิตภัณฑ์
	2. ภูมิศาสตร์	2. ด้านราคา
	3. จิตวิทยา หรือจิตวิเคราะห์	3. การจัดจำหน่าย
	4. พฤติกรรมศาสตร์	4. การส่งเสริมการตลาด
		5. บุคคลากร
		6. กระบวนการให้บริการ
		7. การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ตารางที่ 2-1 (ต่อ)

คำถาม (6 Ws และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร Who does the consumer buy?	สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจากผลิตภัณฑ์คือ คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ และความแตกต่างเหนือคู่แข่ง(Competitive differentiation)	กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย 1. ผลิตภัณฑ์หลัก 2. รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ 3. ผลิตภัณฑ์รวม 4. ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง 5. ศักยภาพผลิตภัณฑ์
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ Why does the consumer buy?	วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการทางด้านร่างกายและ จิตวิทยา ซึ่งต้องศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลพฤติกรรมการซื้อ 1. ปัจจัยภายนอก 2. ปัจจัยภายใน 3. ปัจจัยส่วนบุคคล	กลยุทธ์ใช้มากคือ 1. กลยุทธ์ในด้านผลิตภัณฑ์ 2. กลยุทธ์ในการส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วยกลยุทธ์ทางการโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขายการส่งเสริม การขายการให้ข่าว และการประชาสัมพันธ์ 3. กลยุทธ์ในด้านราคา 4. กลยุทธ์ในด้านช่องทางการจัดการจำหน่าย
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ Who participates in the buying?	บทบาทของกลุ่มต่าง ๆ (Organizations) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกอบด้วย 1. ผู้ริเริ่ม 2. ผู้มีอิทธิพล 3. ผู้ตัดสินใจซื้อ 4. ผู้ซื้อ 5. ผู้ใช้	โอกาสในการซื้อ เช่น โอกาสพิเศษหรือเทศกาลวันสำคัญต่าง ๆ กลยุทธ์ที่ใช้มากคือ กลยุทธ์การโฆษณาและกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด โดยใช้กลุ่มที่มีอิทธิพล

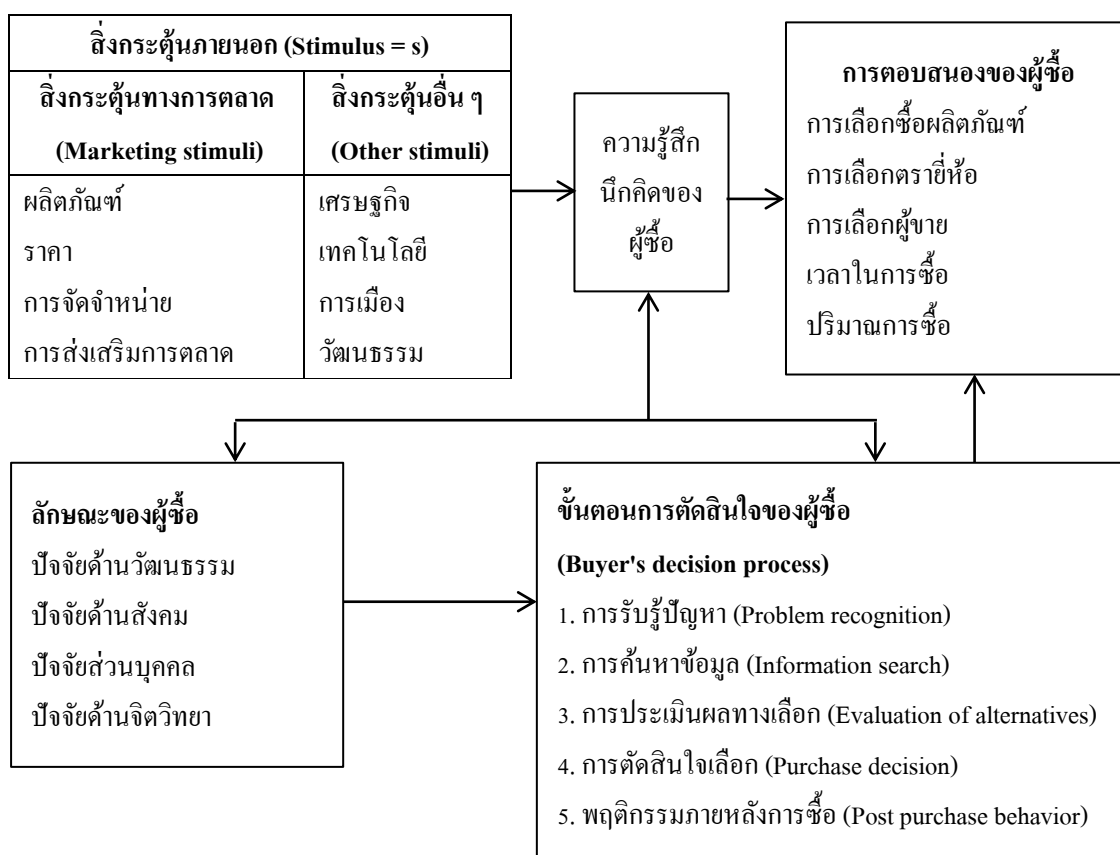
ตารางที่ 2-1 (ต่อ)

คำถาม (6 Ws และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด When does the consumer buy?	โอกาสในการซื้อ (Occasions) เช่น ช่วงเดือนของปีหรือช่วง ฤดูกาล ของปีช่วงเวลาใดเวลา ของวัน โอกาส พิเศษหรือ เทศกาลวัน สำคัญต่าง ๆ	กลยุทธ์ใช้มากคือ กลยุทธ์การโฆษณา และ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด เช่น ต้องทำการตลาด เมื่อใดจึงจะ สอดคล้องกับโอกาสในการซื้อ
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน Where does the consumer buy?	ช่องทางหรือแหล่ง (Outlets) ที่ ผู้บริโภคไปทำการซื้อ เช่น ห้าง สรรพสินค้า Supermarket ร้าน ขายของชำ ฯลฯ	กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่ายบริษัท นำผลิตภัณฑ์สู่ตลาดเป้าหมายได้ อย่างไร
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร How does the consumer buy?	ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Operation) ประกอบด้วย 1. การรับรู้ปัญหา 2. การค้นหาข้อมูล 3. การประเมินผลทางเลือก 4. การตัดสินใจซื้อ 5. ความรู้สึกภายหลังการซื้อ	กลยุทธ์ที่ใช้มากคือ กลยุทธ์การ ส่งเสริมการตลาดประกอบด้วย 1. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ 2. การขายให้โดยพนักงานขาย 3. การส่งเสริมการขายและการตลาด ทางตรง

กล่าวโดยสรุปว่าพฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer behavior) หมายถึง การแสดงออก
ของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมไปถึง
กระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออกของแต่ละบุคคล ซึ่งมีความแตกต่างกันออกไป

แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค

ศุภลักษณ์ สุริยะ (2556) ศึกษาแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่
ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์โดยมีจุดเริ่มต้นจากการที่มีสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิด
ความต้องการสิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึคนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) ซึ่งทำหน้าที่
คล้ายกับกล่องดำ โดยที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ถึงความรู้สึคนึกคิดของผู้ซื้อจะ
ได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่าง ๆ ของผู้ซื้อแล้วจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's response) หรือ
การตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's purchase decision) ดังภาพที่ 2-1



ภาพที่ 2-1 แบบจำลองโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (สรุปลักษณะ สุริยะะ, 2556)

สามารถอธิบายได้ด้วย โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค เป็นระบบที่เกิดขึ้นจากสิ่งเร้า หรือสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ให้เกิดความต้องการ (Need) ในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ มีอิทธิพลอิทธิพลทำให้เกิดการตอบสนอง (Buyer's response) หรือ การตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's purchase decision) โดยสามารถเรียกว่าโมเดลที่ใช้อธิบายระบบนี้ได้อีกลักษณะว่า S-R Theory ประกอบด้วย 3 ส่วนสำคัญ ได้แก่

1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus) ทั้งภายในและภายนอก นักการตลาดจะสนใจ เน้นการสร้างสิ่งกระตุ้นทางการตลาดซึ่งควบคุมได้ และ สิ่งกระตุ้นอื่นที่ควบคุมไม่ได้

2. ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) เปรียบเสมือนกล่องดำ (Black box) ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ ต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ที่ได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อ และกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

3. การตอบสนอง (Buyer's response) การตอบสนองหรือการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อหรือผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่าง ๆ

ลักษณะของผู้บริโภค (Nature of consumer)

ปีติ โชติสุกานต์ (2556) กล่าวว่าผู้บริโภค (Consumer) คือ บุคคลที่มีความสามารถในการซื้อ หรือ ถ้ามองในแง่ของเศรษฐกิจ ที่ใช้เงินเป็นสื่อกลางก็คือทุกคนที่มีเงิน นอกจากนั้นในทัศนะคติของนักการตลาด ผู้บริโภค จะต้องมีความเต็มใจในการซื้อ (Willingness to buy) สินค้าหรือบริการด้วยลักษณะอื่น ๆ ของผู้บริโภค คือ ผู้บริโภคบางคนซื้อสินค้าไปเพื่อประโยชน์ส่วนตัว ในขณะที่เดียวกันก็มีผู้บริโภค อีกหลายร้อยหลายพันคนซื้อไปเพื่อขายต่อ หรือใช้ในการผลิตและทำการตลาด

ผู้บริโภค (Consumer) คือ ผู้ที่มีความต้องการซื้อ (Need) มีอำนาจซื้อทำให้เกิดพฤติกรรม การซื้อ และพฤติกรรมการใช้ ดังนี้

1. ผู้บริโภคเป็นบุคคลที่มีความต้องการ (Need) การที่จะถือว่าใครเป็นผู้บริโภคนั้น บุคคลนั้นจะต้องมีความต้องการผลิตภัณฑ์ แต่ถ้าบุคคลนั้นไม่มีความต้องการ ก็จะไม่ใช่ผู้บริโภค ดังนั้นการที่เราจะวัดว่า ใครเป็นผู้บริโภคของเราหรือไม่ วัดที่ความต้องการซึ่งความต้องการในที่นี้ ไม่ใช่ความต้องการที่เป็น รูปธรรม แต่จะต้องเป็นความต้องการในระดับที่เป็นนามธรรม เช่น ในเมื่อที่คนยังมีความกระหายที่เป็น ความต้องการ เครื่องดื่มต่าง ๆ ก็สามารถขายได้ ทรายไคที่มีคนยังมีความหิวอยู่ หิวเป็น ความต้องการ ดังนั้น อาหารชนิดต่าง ๆ ก็สามารถขายได้ ทรายไคที่คนอยากดูดีขึ้น ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวและเครื่องสำอางก็ย่อมขายได้ เพราะฉะนั้น ความต้องการที่กล่าวไป ทั้งหมดนั้นไม่ได้หมายถึงความต้องการ ในสิ่งของไม่ใช่ความต้องการแก้ว ความต้องการปากกา เพราะถ้าหากกล่าวเช่นนั้นก็หมายความว่า สินค้าที่ยังไม่น่าออกมาจำหน่ายแสดงว่าไม่มีใครต้องการ แล้วนำออกมาจำหน่ายได้อย่างไร ตัวอย่าง เช่น อาจจะไม่มีการนำเอาน้ำแร่ออกจำหน่าย แต่ออกรานำออกมาขาย สาเหตุที่กล้านำออกมาขาย เพราะคนยังมีความกระหายอยู่และต้องการสุขภาพที่ดี น้ำแร่จึงขายได้ เป็นต้น

2. ผู้บริโภคเป็นผู้มีอำนาจซื้อ (Purchasing power) ผู้บริโภคจะมีแค่เพียงความต้องการ อย่างเดียวกันไม่ได้ แต่จะต้องมีอำนาจซื้อด้วย ถ้ามีเพียงแต่ความต้องการแต่ไม่มีอำนาจซื้อ ก็จะยังถือว่าไม่ใช่ผู้บริโภคของสินค้านั้นๆ ดังนั้นจึงต้องวิเคราะห์รวมไปที่ตัวเงินของผู้บริโภคด้วย

3. การเกิดพฤติกรรม การซื้อ (Purchasing behavior) เมื่อผู้บริโภคมีความต้องการและมีอำนาจซื้อแล้วก็จะเกิดพฤติกรรม การซื้อ เป็นต้นว่า ผู้บริโภคซื้อที่ไหน ซื้อเมื่อใดใครเป็นผู้ซื้อ ใช้ อะไรในการตัดสินใจซื้อ ซื้ออย่างน้อยแค่ไหน เช่น ในครอบครัวส่วนใหญ่แม่บ้านจะเป็นผู้ซื้อของใช้ ภายในบ้าน หรือ บางครอบครัวอาจจะแยกซื้อสินค้าเป็นของตัวเอง บางคนซื้อสินค้าเอง

บางคนพ่อแม่ซื้อให้ บางครอบครัวจะซื้อสินค้าเข้าบ้านทุก 2 สัปดาห์ ผู้บริโภคบางคนซื้อสินค้า เมื่อของหมด บางคนซื้อที่ร้านสะดวกซื้อ บางคนซื้อที่ห้างสรรพสินค้า

4. พฤติกรรมการใช้ (Using behavior) ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการใช้สินค้าเช่นไร เช่น ดื่มสุรา ที่ไหน ที่บ้าน หรือที่ร้านอาหาร ดื่มน้ำกับใคร คนเดียวหรือกับเพื่อน ดื่มเมื่อใด ดื่มมากน้อยแค่ไหน ดื่มอย่างไร สุราอย่างเดียวหรือผสมน้ำโซดา หรือผสมน้ำอัดลม เป็นต้น

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ

อรุณี ล้อมเสริมฐิติ, (2554) กล่าวว่าส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) คือ เครื่องมือหรือปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้ที่ธุรกิจต้องใช้ร่วมกัน เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหรือกระตุ้นให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเกิดความต้องการสินค้าหรือบริการของตน มีผู้ให้ความหมายไว้แตกต่างกัน ส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย ทุกสิ่งทุกอย่างที่กิจการใช้เพื่อให้มีอิทธิพลโน้มน้าวความต้องการผลิตภัณฑ์ของกิจการส่วนประสมทางการตลาดแบ่งออกเป็นกลุ่มได้ 4 กลุ่ม ดังที่รู้จักกันว่าเป็น “4 Ps” อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมทางการขาย (Promotion)

ส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการ (7Ps) หมายถึง ปัจจัยที่เป็นสิ่งเร้าทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ มีด้วยกันทั้งหมด 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์, ด้านราคา, ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย, ด้านการส่งเสริมการตลาด, ด้านพนักงาน, ด้านกายภาพ, ด้านกระบวนการ (ณัฐธิดา สรรพธรรม, 2557)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552 หน้า 80-81) ได้กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมายประกอบด้วยเครื่องมือดังต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึงสิ่งที่สามารถสนองความจำเป็นรวมทั้งความต้องการของมนุษย์ได้คือผู้ขายจะต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยทั่วไปแล้วผลิตภัณฑ์แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะคือผลิตภัณฑ์ที่อาจสามารถจับต้องได้และผลิตภัณฑ์ที่ไม่สามารถจับต้องไม่ได้กล่าวคือผลิตภัณฑ์สามารถเป็นได้ทั้งสินค้าและบริการ โดยทั่วไปการผลิตผลิตภัณฑ์ต้องมีการพิจารณาคุณภาพสินค้าลักษณะการออกแบบขนาดการรับประกัน เป็นต้นซึ่งสามารถสนองตอบความต้องการของลูกค้าและทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจได้

2. ราคา (Price) หมายถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปของตัวเงินราคาเป็นต้นทุนของ (Cost) ลูกค้านักค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์ นั้นคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นการกำหนดกลยุทธ์ด้านราคา

จะต้องคำนึง ถึงคุณค่าเพราะเป็นสิ่งที่กำหนดมูลค่าของผลิตภัณฑ์ในการแลกเปลี่ยน สินค้าหรือบริการในรูปเงินตราเกี่ยวข้อง โดยตรงกับวิธีการกำหนดราคาคาน โยบายและกลยุทธ์ต่าง ๆ อีกทั้งในการกำหนดราคาผู้นำจะต้องคำนึง ถึงคุณค่าที่รับรู้ (Perceived value) ในมุมมองของ ลูกค้าซึ่งต้องพิจารณาว่าการยอมรับจากลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ สูงกว่าราคาของ ผลิตภัณฑ์

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึงสถานที่ให้บริการในส่วนเริ่มต้นโดยการ เลือกทำเลที่ตั้ง (Location) ของธุรกิจบริการนั้นมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งโดยเฉพาะธุรกิจบริการที่ ลูกค้าต้องไปรับบริการในสถานที่ที่ผู้ให้บริการจัดไว้ ดังนั้นทำเลที่ตั้งจึงเป็นตัวกำหนดกลุ่มลูกค้า เป้าหมายที่จะเข้ามาใช้บริการสถานที่ให้บริการจึงต้องสามารถครอบคลุมพื้นที่ในการให้บริการ กลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุดและต้องพิจารณาถึงทำเลที่ตั้งของคู่แข่งด้วยซึ่งความสำคัญของทำเล ที่ตั้งจะมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะของธุรกิจบริการแต่ละประเภทธุรกิจบริการนั้นช่อง ทางการให้บริการหรือเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์สำคัญของการวางกลยุทธ์ทางการตลาดเพราะหาก สามารถหาช่องทางเข้า ถึงลูกค้าได้มากเท่าไรผลกำไรก็จะเพิ่มสูงขึ้นมากเท่านั้น

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจ ต่อสินค้าหรือบริการ โดยใช้เพื่อจูงใจให้เกิดบริการ เพื่อเตือนความจำในผลิตภัณฑ์โดยคาดว่า จะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขาย การติดต่อสื่อสาร โดยไม่ใช่คน การสื่อสารประกอบด้วย การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ ผู้บริโภค การกระตุ้นจากพนักงานขาย และคนกลาง วิธีที่ใช้ในการสื่อสารกับลูกค้า เช่น นิตสาร วิทยุ โทรทัศน์ หรือป้ายโฆษณา การตลาดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และการขายทางโทรศัพท์

5. บุคลากร (People) หรือพนักงาน (Employees) หมายถึง พนักงานผู้ให้บริการเป็น องค์ประกอบที่สำคัญในกระบวนการผลิตและบริการ ซึ่งต้องผ่านการคัดเลือก (Selection) การ ฝึกอบรม (Training) และการจูงใจพนักงานเพื่อให้สามารถ ตอบสนองความต้องการของลูกค้า กลุ่มเป้าหมายได้ และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้เหนือคู่แข่ง ดังนั้นเพื่อคุณภาพในการ บริการองค์กรจึงจำเป็นต้องมีการอบรมพนักงาน มีการสนับสนุนที่จำเป็น ในการมอบหมายอำนาจ และหน้าที่ความรับผิดชอบ เพื่อสร้างพนักงาน ให้มีความรู้ความสามารถ ความน่าเชื่อถือ มีทัศนคติที่ ดี มีความรับผิดชอบ มีประสิทธิภาพในการสื่อสารกับลูกค้า มีความสามารถ ในการแก้ปัญหาต่าง ๆ รวมถึงมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์

6. ลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence & presentation) หมายถึง สิ่งที่ปรากฏแก่สาธารณชนเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า (Customer value proposition) และช่วยสื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงภาพลักษณ์และคุณภาพของการบริการ เช่น ความรวดเร็วในการบริการ ความสะอาด หรือประโยชน์อื่น ๆ ลักษณะทางกายภาพอาจได้แก่ การตกแต่งภายใน วัสดุตกแต่ง โครงสร้างทางสถาปัตยกรรม เฟอร์นิเจอร์ และการวางผังร้าน สภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการ การออกแบบตกแต่งและแบ่งสัดส่วนของพื้นที่ภายในอาคาร และลักษณะกายภาพอื่น ๆ ที่สามารถดึงดูดลูกค้า ทำให้ลูกค้ามองเห็นภาพการให้บริการได้อย่างชัดเจน รวมถึงอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ต่าง ๆ ที่มีไว้ให้บริการต่าง ๆ เป็นต้น บรรยากาศในร้านค้าจะต้องตอบโต้กับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

7. กระบวนการให้บริการ (Process) หมายถึง กระบวนการให้บริการเพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการได้อย่างประทับใจลูกค้าและรวดเร็ว (Customer satisfaction) กระบวนการให้บริการเป็นส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญมาก ต้องอาศัยพนักงานที่มีประสิทธิภาพหรือเครื่องมือทันสมัยที่ก่อให้เกิดการสร้างกระบวนการบริการที่มีประสิทธิภาพและมีคุณภาพได้ ซึ่งในแต่ละขั้นตอนจะต้องมีการเชื่อมโยงกันได้เป็นอย่างดี หากมีขั้นตอนไหนผิดพลาดเพียงขั้นตอนเดียวก็จะทำให้การบริการอาจไม่เป็นที่ประทับใจแก่ลูกค้า หรือไม่มีคุณภาพเท่าที่ควร การปรับปรุงกระบวนการให้บริการจึงเป็นสิ่งที่ต้องทำอย่างสม่ำเสมอและจริงจังจะต้องออกเป็นนโยบายและแผนการปฏิบัติให้เป็นกิจจะลักษณะ อีกทั้งยังต้องอาศัยการระดมความคิดเห็นจากทั้งพนักงานและลูกค้า

ในทำนองเดียวกัน ยุพาวรรณ วรณวานิชย์ (2556) ได้กล่าวว่า องค์ประกอบที่สำคัญในกลยุทธ์ก็คือส่วนประสมทางการตลาด กระบวนการในการกำหนดส่วนประสมให้เหมาะสม จะเป็นเอกลักษณ์เฉพาะในแต่ละธุรกิจและผลิตภัณฑ์ ในส่วนของการวางแผนการตลาดนั้นจะมีขั้นตอนที่ไม่ค่อยจะแตกต่างกันมากในแต่ละธุรกิจการบริการ แต่หากพบว่าสิ่งที่ปรากฏขึ้นแตกต่างจากบริการอื่น แสดงว่าเกิดขึ้นจากการใช้ส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกัน

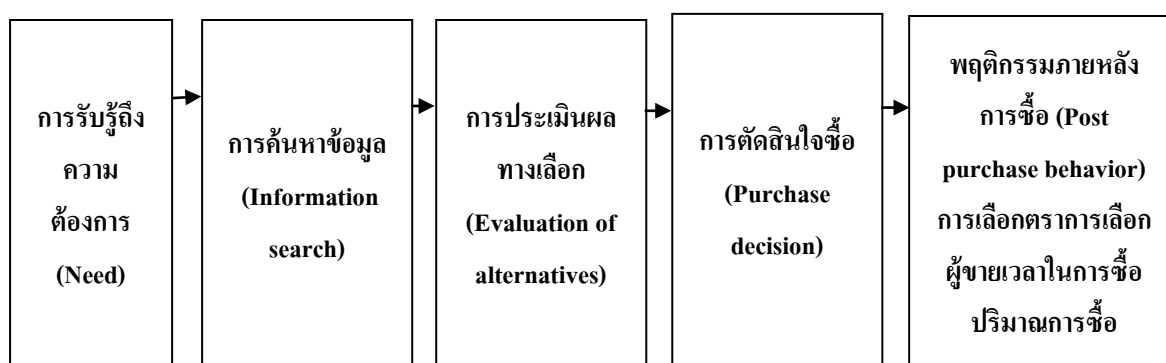
ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวกับการตัดสินใจ

สุรนต์ สดชื่นจิตต์ (2554) กล่าวว่า การตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการในการพิจารณาและเลือกแนวทางในการปฏิบัติที่ดีที่สุด และสอดคล้องต่อความคาดหวังและความต้องการ เพื่อนำไปสู่การบรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

อรุณี ลอมเศรษฐี (2554) จากทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ คือ อิทธิพลจากภายนอก เช่น คำนิยม ทศนคติ และพฤติกรรมของผู้บริโภค อิทธิพลภายใน เช่น แรงจูงใจ การรับรู้ ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค และส่วนผสมทางการตลาดนี้เป็นการกล่าวถึง ตัวแปรทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาด ซึ่งทั้ง 4 ตัวแปรนี้เป็นสิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภค

ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ

เป็นลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ซึ่งผู้บริโภคก็ต้องผ่านกระบวนการตัดสินใจซื้อตามทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อของ Kotler (2006) ประกอบด้วยกระบวนการตัดสินใจ 5 ขั้นตอน คือ 1) การรับรู้ความต้องการ 2) การค้นหาข้อมูล 3) การประเมินผลทางเลือก 4) การตัดสินใจซื้อ และ 5) พฤติกรรมหลังการซื้อ สามารถแสดงกระบวนการตัดสินใจซื้อได้ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 2-2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Consumer buying decision process)

(พากุมิ พร้อมไพล, 2551)

1. การรับรู้ปัญหาหรือความจำเป็น (Problem or need recognition) หมายถึง การที่บุคคลรับรู้ความต้องการของตนเองซึ่งเกิดขึ้นเองหรือเกิดจากสิ่งกระตุ้นความต้องการ เมื่อเกิดถึงระดับหนึ่งจะเป็นสิ่งกระตุ้นบุคคลเรียนรู้ถึงวิธีที่จะจัดการกับสิ่งกระตุ้นจากประสบการณ์ในอดีตทำให้บุคคลรู้ว่าจะตอบสนองอย่างไร

2. การแสวงหาข้อมูล (Information search) เมื่อความต้องการถูกกระตุ้นมากพอและสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการอยู่ใกล้ผู้บริโภคจะดำเนินการเพื่อตอบสนองความต้องการทันทีแต่

ถ้าความต้องการไม่สามารถตอบสนองความต้องการจะถูกจดจำไว้เมื่อความต้องการที่ถูกกระตุ้นได้
 สะสมไว้มากพอ

3. การประเมินทางเลือก (Evaluation of alternatives) เมื่อผู้บริโภคได้ข้อมูลจากขั้นที่ 2
 ต่อไปผู้บริโภคจะเกิดการเข้าใจและประเมินทางเลือกต่าง ๆ ผู้บริโภคจะประเมินทางเลือกการซื้อ
 จากลักษณะส่วนตัวของตนเองและในสถานการณ์การซื้อนั้นบางกรณีผู้บริโภคอาจจะพิจารณาอย่าง
 รอบคอบและคิดอย่างมีเหตุผลหรือบางกรณีผู้บริโภคอาจจะไม่ประเมินทางเลือกหรือประเมินน้อย
 มากเนื่องจากการซื้อจากการกระตุ้นและเป็นไปตามสัญชาตญาณบางครั้งผู้บริโภคทำการ
 ตัดสินใจซื้อโดยตัวของผู้บริโภคเองบางครั้งจากการบอกกล่าวจากเพื่อนจากคำแนะนำหรือจาก
 พนักงานขายที่แนะนำเกี่ยวกับการซื้อ

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase decision) ในขั้นของการประเมินผู้บริโภคจะสร้างความ
 ตั้งใจซื้อขึ้นจากลำดับความชอบตราผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ และผู้บริโภคจะทำการตัดสินใจซื้อ (Purchase
 decision) ตราที่ชอบมากที่สุดอย่างไรก็ตามความตั้งใจซื้อ (Intention) และการตัดสินใจซื้อ
 (Purchase decision) อาจจะมีอิทธิพลมาจากทัศนคติของผู้อื่นและสถานการณ์ที่คาดไม่ถึงทัศนคติ
 ของผู้อื่น (Attitudes of others) อาจมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภครวมทั้งสถานการณ์ที่คาด
 ไม่ถึง (Unexpected situational factors) ก็มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเช่นกันผู้บริโภคอาจมีความตั้งใจ
 ซื้อ โดยอิงจากปัจจัยต่าง ๆ

5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post purchase feeling) เป็นความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจ
 ภายหลังการซื้อผลิตภัณฑ์ไปใช้แล้ว โดยผู้บริโภคจะทำการประเมินผลของสินค้าและบริการต่าง ๆ
 ภายหลังจากที่ได้ตัดสินใจซื้อไปแล้วว่าสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้สามารถตอบสนองต่อความต้องการได้
 อย่างที่ตั้งความคาดหวังไว้มากน้อยเพียงใดการบริการนั้นตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค
 ได้มากก็จะสร้างความพึงพอใจได้มากและเมื่อทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจก็จะมีโอกาสที่จะ
 กลับมาใช้บริการได้ใหม่แต่ถ้าลูกค้าไม่เกิดความพึงพอใจก็จะทำให้ไม่อยากจะกลับมาใช้บริการใหม่
 ซึ่งพฤติกรรมภายหลังการซื้อที่นักการตลาดต้องติดตามและให้ความสนใจคือความพึงพอใจ
 ภายหลังการซื้อการกระทำภายหลังการซื้อและพฤติกรรมการใช้และกำจัดภายหลังการซื้อ

แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกแหล่งและลักษณะที่อยู่อาศัย

อาคารชุด นับเป็นหนึ่งในที่อยู่อาศัย ที่ถูกสร้างเพื่อการอยู่อาศัยของมนุษย์ อาคารชุดหรือ
 บ้านจัดเป็นที่พักอาศัย ซึ่งเป็นหนึ่งในปัจจัย 4 ที่มีความสำคัญต่อความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ใน
 การดำรงชีวิต ที่ตอบสนองความต้องการทางด้านร่างกายจำเป็นต่อการดำรงชีพของมนุษย์เป็นที่ที่ใช้
 สำหรับ การกินอยู่ หลับนอน คอยคุ้มแดด คุ้มฝน เป็นที่สำหรับคุ้มครองปกป้องร่างกายมนุษย์ให้

รอดพ้นจากอันตราย เพื่อให้การดำรงชีวิตอยู่ได้ตามปกติสุข เป็นเครื่องแสดงภาพทางสังคม บ่งชี้ถึงความเป็นผู้มีหลักแหล่งสามารถสร้างความยอมรับ ความเชื่อมั่นกับผู้คนในสังคม และเป็นเครื่องบ่งบอกถึงฐานะและระดับในสังคม เนื่องจากมนุษย์เป็นสัตว์สังคม เป็นเครื่องบ่งบอกตัวตนถึงความสำเร็จในชีวิตของคน ผู้ที่มีที่พักอาศัยไม่ว่าจะเป็นบ้านหรืออาคารชุดจะรู้สึกถึงความมีเกียรติมีฐานะ และเป็นส่วนหนึ่งที่จะตอบสนองความรู้สึกของตนเองในด้านความสำเร็จและความสมหวังในชีวิต

เสกสรร คำสม (2556) กล่าวถึง สาเหตุที่ประชาชนต้องการซื้ออาคารชุด ด้วยสาเหตุที่แตกต่างกันหลายประการ ซึ่งอาจจำแนกได้ ดังต่อไปนี้

1. ความต้องการซื้ออาคารชุด ด้วยความจำเป็นหลัก การซื้อในลักษณะนี้ ได้แก่ การซื้อหาที่อยู่อาศัยเพื่อเป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง เพื่อการอยู่อาศัยของตนเอง และครอบครัว โดยส่วนมากการซื้อประเภทนี้จะเป็นการซื้อที่อยู่อาศัยเป็นอาคารชุดหรือบ้านหลังแรก (First time home buying) อาจยังไม่มีข้อจำกัดมากนักไม่ว่าในด้านใด ๆ ก็ตามอาจเนื่องมาจากติดปัญหาในด้านกำลังเงินที่มีอยู่

2. ความต้องการซื้ออาคารชุด ซื้อด้วยแรงจูงใจพิเศษ ความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยประเภทนี้ ผู้ซื้อมักจะซื้อเพื่อสนองตอบความต้องการพิเศษอื่น ๆ โดยจะซื้ออาคารชุดเพิ่มเติมจากบ้านหลังหลักของครอบครัว ด้วยจุดมุ่งหมายแตกต่างกันเช่น เพื่อการอยู่อาศัย เพื่อธุรกิจ และพักผ่อนหย่อนใจชั่วคราว ได้แก่ อาคารชุดกึ่งรีสอร์ทหรืออาคารชุดพักอาศัย การซื้อเพื่อการรับรองแขกและญาติมิตร

3. การซื้ออาคารชุดเพื่อเลื่อนขั้นที่อยู่อาศัยหรือเลื่อนคุณภาพชีวิตที่อยู่อาศัยนอกจากจะเป็นปัจจัยพื้นฐานที่จำเป็นของชีวิตแล้ว ยังจะเป็นเครื่องชี้วัดคุณภาพของชีวิตรวมทั้งฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจของประชาชนด้วย ดังนั้นประชาชนโดยทั่วไปถึงแม้ว่าจะมีบ้านอยู่แล้ว แต่ก็ยังจะพยายามยกฐานะของตนเอง หรือเลื่อนขั้นตนเองขึ้น โดยการแสวงหาบ้านอาคารชุดที่มีคุณภาพสูงขึ้นไปตามลำดับ ตามกำลังเงินที่จะซื้อได้ เช่น อาจเปลี่ยนจากห้องชุดเป็นอาคารชุด เป็นบ้านเดี่ยว และคฤหาสน์ในที่สุด

ปัจจัยในการเลือกที่อยู่อาศัยเป็นใจความสำคัญสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องในวงการด้านที่อาศัย การที่จะตอบสนองต่อความต้องการทางด้านที่อยู่อาศัย การเลือกที่อยู่อาศัยเหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภคนั้น เป็นเรื่องที่ยังเป็นที่ยิ่ง ดังนั้น ลูกค้าจึงต้องควรศึกษาให้ถ่องแท้ถึงหลักมูลฐานของปัจจัยการเลือกที่อยู่อาศัยนั้นมีอยู่มากมายในประเทศและต่างประเทศ พอสรุปได้ 2 ปัจจัยใหญ่ ๆ ดังนี้

1. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ได้แก่

1.1 รายได้ รายได้กับความพึงพอใจจะมีอิทธิพลต่อการเลือกที่อยู่อาศัย กล่าวคือ เมื่อผู้อยู่อาศัยมีรายได้สูงขึ้น โอกาสในการเลือกรูปแบบบ้าน ที่ตั้งและสิ่งทีพอใจและอยู่ในระดับสูงขึ้นด้วย คือสามารถจ่ายเพื่อให้สิ่งที่ดีกว่าใหม่กว่า และแหล่งที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกมากกว่า

1.2 การเข้าถึงแหล่งงาน การกระจายตัวของแหล่งงานอาจมีอิทธิพลต่อการกระจายตัวของที่อยู่อาศัยมากกว่าปัจจัยอื่น ๆ ครอบครัวจะต้องทำการพิจารณาระหว่างความสะดวกสบายในการเข้าถึงแหล่งงานของหัวหน้าครอบครัวกับความเป็นไปได้ในหลาย ๆ ด้านที่เกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

1.3 วัยของสมาชิกในครอบครัว ครอบครัวใดที่มีจำนวนเด็กมากจะเป็นผลทำให้ต้องใช้พื้นที่มากขึ้น ซึ่งมักจะเป็นพื้นที่ในเขตชานเมือง นอกจากนี้บริเวณที่มีโรงเรียนซึ่งมีมาตรฐานการศึกษาที่ดีตั้งอยู่ในบริเวณนั้นจะได้รับความสนใจในการเลือกแหล่งที่อยู่อาศัยมากยิ่งขึ้น โดยส่วนใหญ่แล้วครอบครัวที่ไม่มีเด็ก มักชอบความสะดวกสบายในการเข้าถึงสิ่งทีซึ่งน่าพอใจของเมือง และพอใจอยู่ในบ้านพื้นที่เล็ก ๆ แต่สะดวกสบายในการเข้าถึง

2. ปัจจัยอื่น ๆ เช่น การแบ่งแยก ผิว และชนชั้นจะมีผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัยด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ในพื้นที่เมืองที่มีการให้บริการสาธารณะที่ไม่เท่าเทียมกันก็จะมีอิทธิพลต่อการเลือกแหล่งที่อยู่อาศัย โดยเฉพาะกลุ่มผู้มีรายได้สูง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Kigochi and Lesley (2009) พบว่า ความต้องการบ้านใหม่ของครอบครัวเดี่ยวในอลาบามาเป็นผลมาจากปัจจัยทางเศรษฐกิจทั้งในระดับชาติและระดับท้องถิ่น การเติบโตของประชากรและการขายที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้ความต้องการที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้น ในทางตรงกันข้ามการเพิ่มค่าใช้จ่ายของการสร้างบ้านใหม่ที่สูงกว่าอัตราดอกเบี้ยสินเชื่อบ้านและอัตราการว่างงานจะเป็นการลดความต้องการสำหรับบ้านใหม่

Wu (2010) พบว่า ความต้องการและการกำหนดสภาพแวดล้อมของที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคหนุ่มสาวในกรุงกวางโจว ประเทศจีน ต้องการที่อยู่อาศัยที่มีจรรยาที่สะดวก อยู่ใกล้กับที่ทำงาน มีความปลอดภัย มีสิ่งอำนวยความสะดวกทางด้านการแพทย์และสุขภาพ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกทางการศึกษา

Donggen (2014) ศึกษาการเลือกใช้ที่อยู่อาศัยสภาพแวดล้อมที่สร้างขึ้นและพฤติกรรมการเดินทางในบริบทของจีน พบว่า การเลือกใช้ที่อยู่อาศัยได้รับการรายงานว่าเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดความสับสนในความสัมพันธ์ที่สังเกตได้ระหว่างสภาพแวดล้อมที่สร้างขึ้นและพฤติกรรม

เดินทาง การผสมผสานการเลือกใช้ที่อยู่อาศัยด้วยตัวเองการศึกษาได้สร้างขึ้นแล้วความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสาเหตุที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมที่สร้างขึ้นและพฤติกรรมการเดินทางอย่างไรก็ตามการศึกษาเหล่านี้ส่วนใหญ่ดำเนินการในเมืองในอเมริกาเหนือซึ่งบุคคลทั่วไปอาจมีโอกาที่จะตระหนักถึงความต้องการของพวกเขาในตัวเลือกโหมดที่อยู่อาศัยและการขนส่งมีไม่มากเหมือนกันการศึกษาสำหรับส่วนอื่น ๆ ของโลกเช่นประเทศจีนซึ่งอาจมีทางเลือกด้านที่อยู่อาศัยและการขนส่งมากขึ้นข้อจำกัด มากกว่าในทวีปอเมริกาเหนือ บทความนี้มุ่งที่จะเติมช่องว่างโดยการพูดถึงความเฉพาะเจาะจงของปัญหาการเลือกใช้ที่อยู่อาศัยในเมืองจีนและแนะนำวิธีรับมือกับปัญหานี้เมื่อทำการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมที่สร้างขึ้นกับพฤติกรรมการเดินทางในบริบทของจีน เรายืนยันว่าการศึกษาที่อยู่ปัญหาการเลือกใช้ที่อยู่อาศัยในประเทศจีนต้องพิจารณาแหล่งที่อยู่อาศัยซึ่งมีผลกระทบสำหรับการเลือกที่อยู่อาศัยและรับทราบถึงความสำคัญของทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางเช่นการตั้งค่าการเดินทางระยะสั้นการเข้าถึงระบบขนส่งสาธารณะที่ดีและความใกล้ชิดกับตลาดสำหรับการซื้อปิ้งสินค้าทุกวัน

Xinyu (2014) ศึกษาความพึงพอใจในการเดินทางและการเลือกใช้ที่อยู่อาศัย การตั้งค่าจะช่วยลดผลกระทบของสายการบินทางแสงของเที่ยวบินได้อย่างไร? พบว่า นโยบายในการวางแผนเมืองและการคมนาคมขนส่งมีจุดมุ่งหมายเพื่อปรับปรุงคุณภาพชีวิตของผู้อยู่อาศัย ความพึงพอใจต่อการเดินทางเป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับความเป็นอยู่ ความเข้าใจเกี่ยวกับผลกระทบของสภาพแวดล้อมที่สร้างขึ้นบนมีข้อ จำกัด ดังนั้นจึงเป็นจุดเน้นของเอกสารฉบับนี้ เพื่อประเมินผลกระทบนี้ปัญหาสำคัญคือขอบเขตความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมที่สร้างขึ้นและ เกิดจากการเลือกใช้ที่อยู่อาศัย เพื่อสำรวจคำถามนี้การสำรวจได้จัดขึ้นในทางเดินของเมืองแปดซึ่งแตกต่างกันไปในแง่ของการเข้าถึงและทางเลือกในการเดินทาง ผู้ตอบแบบสอบถามรายงานการตั้งค่าการเดินทางและเหตุผลในการเลือกตำแหน่งที่ตั้งเหนือสิ่งอื่นใด การใช้แบบจำลอง แบบถาวรทำให้เราพบว่า การเลือกใช้ตัวเลือกมีบทบาทสำคัญในการอธิบาย แต่คุณลักษณะด้านสิ่งแวดล้อมที่สร้างขึ้นนี้จะมีผลต่อด้อยเช่นกัน การรวมกันนี้แสดงให้เห็นว่า นโยบายในการสร้างการขนส่งที่มีคุณภาพสูงมีผลในเชิงบวกต่อ โดยทั่วไปและ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับผู้ที่มีความต้องการในการเดินทาง

Gobi, Sinniah, Zaly, Geoff and Paulus (2016) ศึกษาสถานที่ตั้งที่อยู่อาศัย มุมมองใหม่วัตถุประสงค์ของบทความนี้คือการสำรวจที่อยู่อาศัยและวิธีการที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเดินทาง งานวิจัยมุ่งเน้นไปที่การตั้งค่าในด้านกายภาพและด้านประชากรศาสตร์เช่นการใช้ที่ดินสิ่งอำนวยความสะดวกสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการขนส่งบริการขนส่งบริการ, ความเป็นเจ้าของรถยนต์, รายได้, ขนาดของใช้ในครัวเรือนและการเข้าถึงการเดินทาง อย่างไรก็ตามการศึกษานี้ยังกล่าวถึงสังคมและวัฒนธรรมและประเด็นต่าง ๆ เช่นความหลากหลายทางเชื้อชาติ ภูมิศึกษา

รายงานจากที่นี้ขึ้นอยู่กับพื้นที่พัฒนาของ Iskandar Malaysia ความน่าเชื่อถือการวิเคราะห์การวิเคราะห์ปัจจัยและการสร้างแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างใช้เพื่อกำหนดปัจจัยที่มีนัยสำคัญและซึ่งได้รับการทดสอบไปแล้ว 384 คน ผลการศึกษาระบุว่าปัจจัยทางศาสนามีอิทธิพลในด้านต่าง ๆ การตั้งค่าตำแหน่งที่อยู่อาศัย การค้นพบนี้เพิ่มมุมมองที่แตกต่างกันในการศึกษาพฤติกรรมการเดินทางซึ่งมีมากที่สุดที่โดดเด่นด้วยงานวิจัยจากยุโรปตะวันตกอเมริกาเหนือและออสเตรเลีย แนะนำว่านักวิจัยด้านการขนส่งต้องการปฏิเสธข้อสรุปสากลและมีความชัดเจนเกี่ยวกับบริบทที่ใช้ในการค้นพบมากที่สุด

ปัทธธดา กิจหัตถพร (2554) ศึกษาเรื่องถึงนโยบายบ้านหลังแรกและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของประชาชนในเขตเทศบาลแสนสุขจังหวัดชลบุรีมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยนโยบายบ้านหลังแรกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลเมืองแสนสุขจังหวัดชลบุรีประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือประชาชนที่ซื้อหรือพิจารณาจะซื้อคอนโดมิเนียมของโครงการคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลตำบลแสนสุขจังหวัดชลบุรี โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง 400 รายเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถามที่ทดสอบความเชื่อมั่น โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์ของครอนบัทซ์ได้ค่าความเชื่อมั่นคือ 0.9721 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่สถิติเชิงพรรณนาค่าความถี่ร้อยละค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ t-test, F-test และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันผลการศึกษาพบว่าผู้บริโภคหรือผู้ซื้อคอนโดมิเนียมให้ความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดโดยภาพรวมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมพบว่าค่าเฉลี่ยโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยด้านราคาพนักงานมากที่สุดรองลงมาได้แก่ด้านการนำเสนอทางกายภาพด้านกระบวนการและน้อยที่สุดคือด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านนโยบายบ้านหลังแรกพบว่าโดยภาพรวมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมอยู่ในระดับปานกลางโดยมีค่าเฉลี่ยด้านอัตราดอกเบี้ยมากที่สุดรองลงมาได้แก่ด้านวงเงินกู้ นโยบายด้านภาษี ค่าเฉลี่ยและน้อยที่สุดคือด้านการส่งเสริมและสนับสนุนการมีที่อยู่และพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วยอายุอาชีพรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระดับการศึกษาจำนวนสมาชิกในครอบครัวและสถานที่ทำงานที่ต่างกันมีการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยนโยบายบ้านหลังแรกพบว่าปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดและนโยบายบ้านหลังแรกมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

อภิญา เสมเสริมบุญ (2552) ได้ศึกษาปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมในบริเวณเขตทองหล่อกรุงเทพมหานคร โดยการศึกษาเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบ

ปัจจัยการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในบริเวณเขตทองหล่อกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภคซึ่งจากการวิจัยเชิงสำรวจจากกลุ่มตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกคอนโดมิเนียมในบริเวณเขตทองหล่อกรุงเทพมหานครซื้อทั้ง 4 ด้านในภาพรวมอยู่ในระดับน้อยโดยปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นอันดับแรกและปัจจัยด้านราคาและปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นปัจจัยที่รองลงมา ส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับสุดท้าย

พจนารถ อิ่มสอน (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภค ในเขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร ศึกษาถึงความคิดเห็นที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด 7 ด้าน ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ โดยอาศัยระเบียบวิธีการวิจัย 2 วิธี คือ วิจัยเชิงประมาณ และวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคที่เช่าอพาร์ทเมนท์ในเขตพระโขนง กรุงเทพฯ วิธีวิจัยเชิงปริมาณเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน โดยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26-35 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีสถานภาพโสด มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง และด้านบุคลากรที่ให้บริการ อยู่ในระดับดี พฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ส่วนใหญ่อยู่มาน้อยกว่าหรือเท่ากับ 1 ปี มีความตั้งใจที่จะพักอยู่นานมากกว่า 4 ปี จะแนะนำหรือชักชวนบุคคลที่รู้จักให้มาพักอาศัยและจะยังคงพักต่อไปแม้ว่าจะมีบุคคลที่รู้จักแนะนำอพาร์ทเมนท์ที่อื่น ๆ อยู่ในระดับมาก จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อายุ สถานภาพ อาชีพ ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในด้านระยะเวลาที่อยู่แตกต่างกัน ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในด้านระยะเวลาที่อยู่และด้านความตั้งใจที่จะอยู่แตกต่างกัน รายได้ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ในด้านความตั้งใจที่จะอยู่และหากมีความจำเป็นต้องย้ายออกไปก็จะกลับมาพักที่เดิมอีกแตกต่างกัน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทุกด้านมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในด้านความจำเป็นต้องย้ายออกไปแล้วจะกลับมาพักที่เดิมอีก และด้านการแนะนำหรือชักชวนบุคคลที่รู้จักให้มาพักอพาร์ทเมนท์ที่พักอยู่ วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย 15 คน พบว่ากลุ่มเป้าหมายต้องการให้ทางอพาร์ทเมนท์เห็นถึงความสำคัญในด้านการส่งเสริมการตลาดมากที่สุด

ตรีษฐ แวงแสง (2555) การใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของประชาชนวัยทำงานเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานครการวิจัยเรื่อง การใช้ปัจจัยส่วนประสม

การตลาดในการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของประชาชนวัยทำงานเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร
มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของ

ประชาชนวัยทำงานเขตบึงกุ่ม 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง และ
ด้านการส่งเสริมการตลาด และเปรียบเทียบการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้อที่
อยู่อาศัย จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล เก็บตัวอย่างจำนวน 400 คน ผลการวิจัยสรุปได้ว่า กลุ่ม
ตัวอย่างใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยรวมในการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยอยู่ในระดับมากที่สุด
เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อันดับแรก คือด้านทำเลที่ตั้ง ต้องมีความปลอดภัย อันดับสองด้าน
ราคา ต้องมีเงินออมเงินค่างานสามารถผ่อนได้ อันดับสามด้านผลิตภัณฑ์ วัสดุที่ใช้ในการก่อสร้างต้อง
มีคุณภาพ และอันดับสุดท้ายด้านการส่งเสริมการตลาด ต้องมีการจัดหาสินเชื่อจากสถาบันการเงิน
อัตราดอกเบี้ยต่ำ และเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า
กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครอบครัวแตกต่างกัน ใช้ปัจจัยส่วน
ประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ ลักษณะที่อยู่อาศัยที่ต้องการ และ
งบประมาณในการซื้อที่อยู่อาศัยแตกต่างกัน ใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้อที่
อาศัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนากลยุทธ์สำหรับที่พักอาศัยสำหรับลูกค้าชาวจีนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดชลบุรี ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยหึ่งเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยมีวิธีการวิจัย ดังนี้

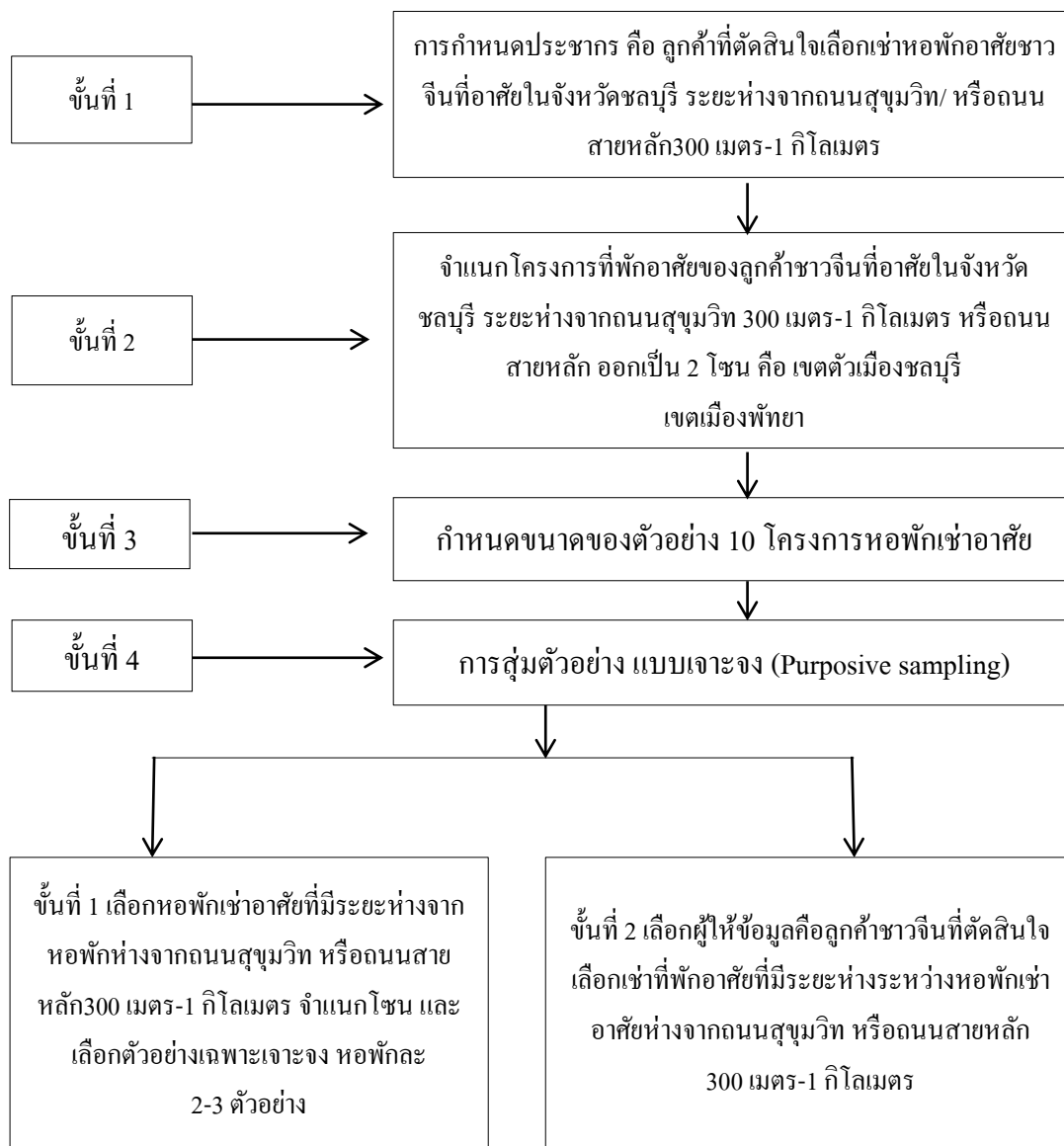
กำหนดแนวทางการพัฒนากลยุทธ์สำหรับที่พักอาศัยสำหรับลูกค้าชาวจีนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดชลบุรี

ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี จากการทบทวนวรรณกรรม งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนรวบรวมเอกสาร ทางวิชาการของนักวิชาการต่าง ๆ และทำการวิเคราะห์เนื้อหาของ แนวทางการพัฒนา กลยุทธ์สำหรับที่พักอาศัยสำหรับลูกค้าชาวจีนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดชลบุรีเพื่อสร้างกรอบแนวคิด ขั้นตอนในการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าชาวจีนที่ตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัดชลบุรี ที่มีระยะห่างจากถนนสุขุมวิท 300 เมตร-1 กิโลเมตร โดยมีผู้ให้ข้อมูล คือลูกค้าชาวจีนที่ตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยในหอพักในเขตจังหวัดชลบุรี

กลุ่มตัวอย่าง การวิจัยที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือลูกค้าชาวจีนที่ตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัดชลบุรี ที่ได้จากการสุ่มตัวอย่าง แบบเจาะจง (Purposive sampling) มุ่งเน้นศึกษาเฉพาะพื้นที่หอพักอาศัยที่มีลูกค้าชาวจีนเช่าพักอาศัย ที่มีระยะห่างจากถนนสุขุมวิท 300 เมตร-1 กิโลเมตร ในเขตจังหวัดชลบุรี



ภาพที่ 3-1 สรุปขั้นตอนการเลือกตัวอย่าง

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) การทบทวนเอกสารวิชาการ และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องใช้เป็นข้อมูล ที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารต่าง ๆ ที่มีผู้ศึกษาไว้แล้ว เช่น รายงาน งานวิจัย วิทยานิพนธ์ วารสารทางวิชาการต่าง ๆ ตลอดจนเอกสารจากหน่วยงานต่าง ๆ นอกจากนี้ยังมีข้อมูลที่ศึกษาค้นคว้าจากหอสมุดมหาวิทยาลัยบูรพา และผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ในเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอาทิ กรมแรงงาน ข้อมูลจังหวัดชลบุรี

2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยเก็บรวบรวมจากภาคสนาม (Field survey) สัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ และสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key information)

3. ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นจากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักอาศัยของลูกค้าชาวจีนในเขตจังหวัดชลบุรี เป็นแนวทางโดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด 7Ps โดยรายละเอียดดังนี้ ด้านลักษณะห้องพัก ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้งด้านการส่งเสริมทางการตลาดด้านการบริการ ด้านบุคคลที่ให้บริการด้านคุณภาพการบริการ

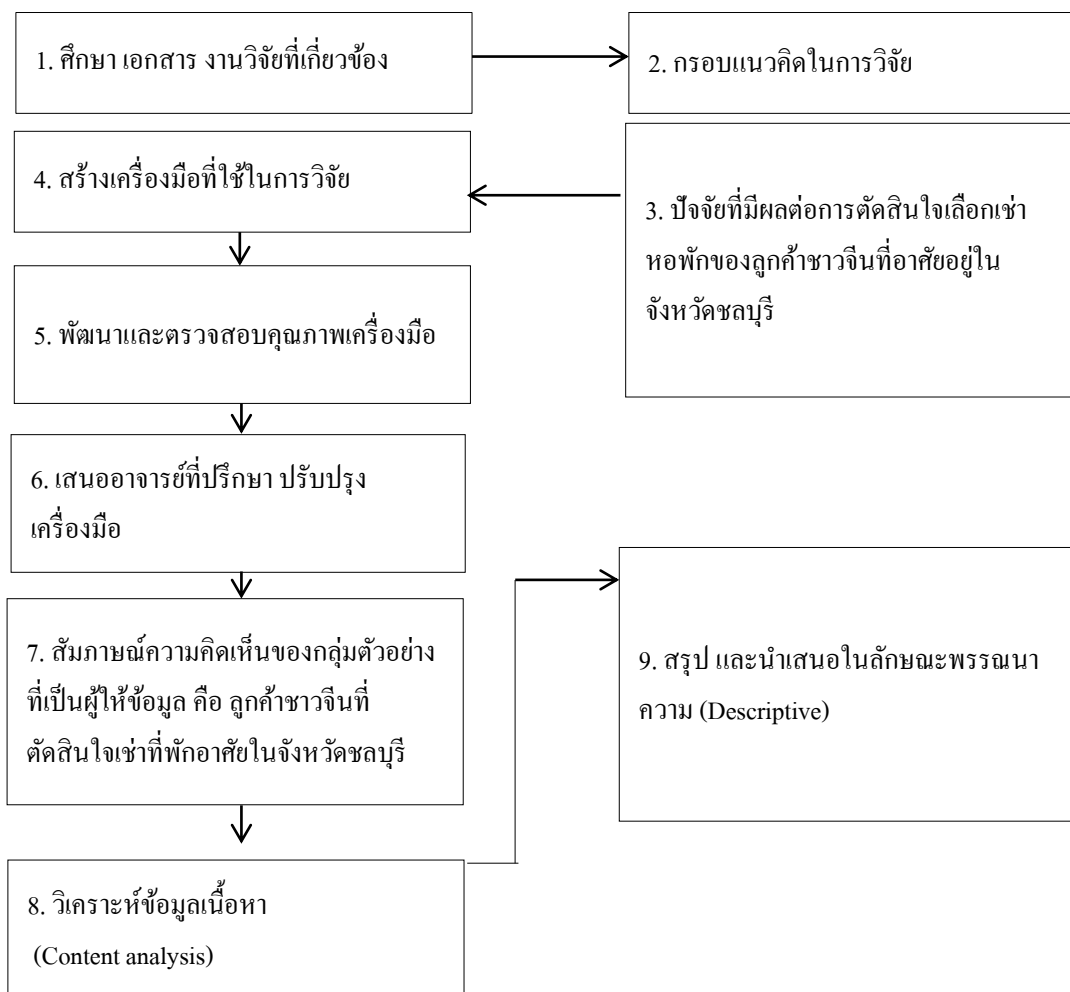
ส่วนที่ 3 คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักอาศัยของลูกค้าชาวจีนในเขตจังหวัดชลบุรี

เครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสัมภาษณ์ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนากลยุทธ์สำหรับที่พักอาศัยสำหรับลูกค้าชาวจีนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดชลบุรี โดยทำการสัมภาษณ์ผู้ที่ตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยชาวจีนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดชลบุรี ในประเด็นส่วนประสมทางการตลาด 7Ps

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้แยกจากการสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกต และจากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องนำมาจัดลำดับแยกหมวดหมู่ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย แนวทางการพัฒนากลยุทธ์สำหรับที่พักอาศัยสำหรับลูกค้าชาวจีนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดชลบุรีจากนั้นก็ทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) สังเคราะห์ สรุปผล และนำเสนอในลักษณะพรรณนาความ (Descriptive) เพื่อสะท้อนให้เห็นดังต่อไปนี้



ภาพที่ 3-2 สรุปขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

บทที่ 4

ผลการวิจัยและการวิเคราะห์

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนากลยุทธ์สำหรับที่พักอาศัย สำหรับลูกค้าชาวจีนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดชลบุรี โดยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือลูกค้าชาวจีนที่ตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัดชลบุรี ที่ได้จากการสุ่มตัวอย่าง แบบเจาะจง (Purposive sampling) มุ่งเน้นศึกษาเฉพาะพื้นที่หอพักอาศัยที่มีลูกค้าชาวจีนเช่าพักอาศัย ที่มีระยะห่างจากถนนสุขุมวิท 300 เมตร-1 กิโลเมตร ในเขตจังหวัดชลบุรีจำนวน 20 ท่าน

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 7 ประเด็นของผู้ให้ข้อมูล เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดรวมทั้งข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ 1) ด้านลักษณะห้องพัก 2) ด้านราคา 3) ด้านทำเลที่ตั้ง 4) ด้านการส่งเสริมทางการตลาด 5) ด้านการบริการ 6) ด้านบุคคลที่ให้บริการ 7) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ของผู้ให้ข้อมูลทั้ง 20 ท่าน ตามกรอบของปัจจัยของการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยของลูกค้าชาวจีนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดชลบุรี ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ตารางที่ 4-1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นผู้ตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยชาวจีนที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัดชลบุรี

รหัส	ชื่อ	อายุ	ระดับ		รายได้เฉลี่ย	จำนวนที่พักอาศัย	ที่พักอาศัย
			การศึกษา	สถานภาพ			
1	Mr. Jiyun Xu	33 ปี	ป.ตรี	โสด	30,000	2 คน	ลุมพินี คอนโดทาวน์ ชลบุรี
2	Miss. Lijun Zeng	27 ปี	ป.ตรี	โสด	27,000	3 คน	ลุมพินี คอนโดทาวน์ ชลบุรี
3	Miss. Sibe Wu	27 ปี	ป.ตรี	โสด	35,000	3 คน	เดอะทรัสต์ คอนโด อมตะนคร
4	Miss. Liling Chen	28 ปี	ป.ตรี	โสด	36,500	3 คน	เดอะทรัสต์ คอนโด อมตะนคร

ตารางที่ 4-1 (ต่อ)

รหัส	ชื่อ	อายุ	ระดับ การศึกษา	สถานภาพ	รายได้ เฉลี่ย	จำนวนที่ พักอาศัย	ที่พักอาศัย
5	Miss. Wenjing liang	26 ปี	ป.ตรี	โสด	32,000	2 คน	เดอะทรัสต์ คอนโด อมตะนคร
6	Miss. Liusha Lan	29 ปี	ป.ตรี	โสด	34,000	2 คน	อมตะมิราเกิล คอนโดมิเนียม
7	Mr. Xinxia Li	33 ปี	ป.โท	โสด	40,000	2 คน	อมตะมิราเกิล คอนโดมิเนียม
8	Miss. Xiang Li	31 ปี	ป.ตรี	โสด	36,500	3 คน	นิคมอมตะนคร เฟส 10
9	Mr. Linting Chen	32 ปี	ป.ตรี	โสด	39,000	2 คน	นิคมอมตะนคร เฟส 11
10	Miss. Mingyu Yang	27 ปี	ป.ตรี	โสด	26,500	2 คน	อมตะมิราเกิล คอนโดมิเนียม
11	Miss Zhiyu Jia	29 ปี	ป.โท	โสด	34,500	2 คน	เดอะทรัสต์ คอนโด พญาใต้
12	Miss Xin Yang	32 ปี	ป.โท	โสด	37,500	2 คน	เดอะทรัสต์ คอนโด พญาใต้
13	Miss.Xioyun Su	27 ปี	ป.ตรี	โสด	26,500	2 คน	ลุมพินี วิลล์ นาเกลือ
14	Miss Luying Huang	26 ปี	ป.ตรี	โสด	25,500	3 คน	ลุมพินี วิลล์ นาเกลือ
15	Miss.Yushan Ou	27 ปี	ป.ตรี	โสด	25,000	3 คน	คอนโด เลหะเทพ ประสิทธิ์ ดีก A
16	Miss Ruiqun Liao	27 ปี	ป.ตรี	โสด	25,000	3 คน	คอนโด เลหะเทพ ประสิทธิ์ ดีก A
17	Miss. Yunmi Wang	29 ปี	ป.ตรี	โสด	28,000	3 คน	คอนโด เลหะเทพ ประสิทธิ์ ดีก B
18	Mr. Ming Li	32 ปี	ป.โท	โสด	35,000	2 คน	จอมเทียน คอนโดเทล
19	Miss. Yi Zhao	29 ปี	ป.ตรี	โสด	27,000	3 คน	คอนโด เลหะเทพ ประสิทธิ์ ดีก A

ตารางที่ 4-1 (ต่อ)

รหัส	ชื่อ	อายุ	ระดับ		รายได้เฉลี่ย	จำนวนที่พักอาศัย	ที่พักอาศัย
			การศึกษา	สถานภาพ			
20	Miss. Xiaoyi Duan	30 ปี	ป.โท	โสด	33,500	2 คน	จอมเทียน คอนโดเทล

สรุปตารางที่ 4-1 พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ลูกค้าชาวจีน ข้อมูลทั่วไปของผู้ตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยชาวจีนที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัดชลบุรี ดังนี้

ตารางที่ 4-2 สรุปข้อมูลทั่วไปของลูกค้าชาวจีน ข้อ 1

ข้อมูลทั่วไป	ลูกค้าชาวจีนที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัดชลบุรี																				(%)
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
เพศ																					
ชาย	✓						✓		✓									✓			
หญิง		✓	✓	✓	✓	✓		✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	
อายุ																					
0-29 ปี		✓	✓	✓	✓					✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓		✓	
30-39 ปี	✓						✓	✓	✓				✓						✓		✓
ระดับการศึกษา																					
ป.ตรี	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓				✓	✓	✓	✓	✓		✓	
ป.โท								✓				✓	✓						✓		✓
สถานภาพ																					
โสด	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
รายได้ต่อเดือน																					
21,000-30,000	✓	✓								✓				✓	✓	✓	✓	✓		✓	
31,000-40,000			✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓							✓		✓

ตารางที่ 4-2 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	ลูกค้าชาวจีนที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัดชลบุรี																				20 (%)
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19		
จำนวนผู้พักอาศัย																					
2 คน	✓				✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓					✓	✓	55	
3 คน			✓	✓	✓				✓						✓	✓	✓	✓		✓	45
สถานที่เข้าพัก																					
ลุมพินี คอนโดทาวน์ ชลบุรี	✓	✓																			10
เดอะทริสต์ คอนโด อมตะนคร				✓	✓	✓															15
อมตะมิราเคิล คอนโดมิเนียม							✓	✓			✓										15
นิคมอมตะนคร เฟส 10											✓										5
นิคมอมตะนคร เฟส 11												✓									5
เดอะทริสต์ คอนโด พัทยาใต้													✓	✓							10
ลุมพินี วิลล์ นาเกลือ														✓	✓						10
คอนโด เกษะเทพประสิทธิ์ ตึก A																✓	✓			✓	15
คอนโด เกษะเทพประสิทธิ์ ตึก B																		✓			5
จอมเทียน คอนโดเทล																			✓	✓	10

จากตารางที่ 4-2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นผู้ตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัย ชาวจีนที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัดชลบุรีจำแนกตามเพศ จำนวน 20 ราย พบว่ามีเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 80 รองลงมา เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 20 อายุระหว่าง 20 ปี-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 75 รองลงมา อายุระหว่าง 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 35 ระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 75 รองลงมา ระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 25 สถานภาพ โสด ทั้ง 20 ราย รายได้ต่อเดือน 31,000-40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 55 รองลงมา รายได้ต่อเดือน 21,000-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 45 จำนวนผู้พักอาศัย ในห้องพัก จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 55 รองลงมา ผู้พักอาศัย จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 45 คน สถานที่เช่าพักโดยมีลูกจ้างชาวจีนอาศัยอยู่มากที่สุด คือ เดอะทรัสต์ คอนโด อมตะนคร อมตะมีราเกิล คอนโดมิเนียม คอนโด เดอะเทพประสิทธิ์ ตึก A มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ คิดเป็นร้อยละ 15 รองลงมาคือ ลุมพินี คอนโดทาวน์ ชลบุรี, เดอะทรัสต์ คอนโด พัทยาใต้, ลุมพินี วิลล์ นาเกลือ, จอมเทียน คอนโด เทล 10 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ คิดเป็นร้อยละ 10 อันดับสุดท้ายคือ นิคมอมตะนคร เฟส 10 นิคมอมตะ นคร เฟส 11 คอนโด เดอะเทพประสิทธิ์ ตึก B ค่าเฉลี่ยเท่ากับ คิดเป็นร้อยละ 5 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 คำถามสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps

โดยรายละเอียดดังนี้ ด้านลักษณะห้องพัก ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านการบริการ ด้านบุคคลที่ให้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

1. ท่านคิดว่าการเช่าห้องพักอาศัย ด้านลักษณะห้องพักในความคิดของท่านเป็นอย่างไร

ตารางที่ 4-3 ผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นผู้ตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยชาวจีนที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัดชลบุรี

รหัส	คำให้สัมภาษณ์	Keyword
1	รูปแบบห้องพักต้องมีความทันสมัย สวยงามมีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักเหมาะแก่ผู้ที่เข้ามาอยู่อาศัย อาทิ โทรทัศน์ ตู้เย็น เครื่องทำน้ำอุ่น อินเทอร์เน็ต ไว้คอยอำนวยความสะดวก	ห้องพักทันสมัย สวยงาม สิ่งอำนวยความสะดวก มีอินเทอร์เน็ต
2	ขนาดของห้องพักต้องมีความเหมาะสมโดยต้องมีหลากหลายรูปแบบเพื่อให้ผู้เช่าพักอาศัยสามารถเลือกได้หรือเหมาะสมกับจำนวนผู้พักอาศัยและที่สำคัญต้องมีระบบรักษาความปลอดภัย ตลอด 24 ชั่วโมง ทั้ง รปภ.และต้องมีวงจรปิด CCTV เพื่อให้ลูกจ้างที่เช่าพักเกิดความมั่นใจในเรื่องความปลอดภัย	มีความเหมาะสมโดยต้องมี หลากหลายรูปแบบ รปภ. 24 ชั่วโมง มีกล้องวงจรปิด

ตารางที่ 4-3 (ต่อ)

รหัส	คำให้สัมภาษณ์	Keyword
3	ต้องมีความปลอดภัยมั่นคงมีระบบคีย์การ์ดทุกห้องเฉพาะผู้ที่พักอาศัยเท่านั้นที่มีสิทธิ์เข้ามาในตัวอาคารบุคคลภายนอกควรรอพบที่ป้อมยามหรือห้องรับรองส่วนกลางเท่านั้นที่สำคัญอีกอย่างนั้นคือที่จอดรถสามารถรองรับจำนวนผู้เช่าได้อย่างเพียงพอหรืออย่างน้อย 1 ห้องต่อที่จอดรถ 1 คันเพื่อไม่ให้ลูกค้าของหอนำรถไปจอดข้างนอกเสี่ยงต่อการถูกโจรกรรม	ความปลอดภัยมั่นคง มีระบบคีย์การ์ด มีป้อมยาม และที่จอดรถที่เพียงพอ
4	มีขนาดห้องหลายขนาดให้เลือกเหมาะกับผู้เข้ามาเช่าพักอาศัยมีโครงสร้างแข็งแรงทนทานของโครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็กสร้างใหม่ ทางโครงการมีเฟอร์นิเจอร์และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่จำเป็น เช่น ตู้ใส่เสื้อผ้า เตียงนอน ซึ่งตอบสนองต่อความต้องการของผู้มาเช่าโดยเฉพาะคนจีนอย่างเรา	ห้องหลายขนาดมี เฟอร์นิเจอร์ โครงสร้างแข็งแรง มีเฟอร์นิเจอร์และสิ่งอำนวยความสะดวก
5	ลักษณะของห้องเช่าพักอาศัยทางโครงการที่นี้มีเตียง 2 เตียง (Twin bed) ซึ่งผู้เช่าพักอาศัยนอนรวมกับเพื่อน 2 คน เพียงทำให้นอนไม่อึดอัด ทางโครงการยังทำฝักบัว อ่างล้างหน้าแบบคู่ภายในห้องพักเช่าอาศัย ทำให้ผู้เช่าพักอาศัยเองสามารถแยกอุปกรณ์เครื่องใช้ต่าง ๆ ไม่ใช้ร่วมกัน พื้นที่ใช้สอยภายในห้องเพียงพอดูแลไม่อึดอัด ห้องพักของโครงการก็ใช้วัสดุที่ดีเหมาะสมแก่การดำเนินชีวิต นอกจากนี้รูปแบบและความทันสมัยของห้องเช่าพักอาศัยเป็นแรงจูงใจในการเลือกเช่าพักอาศัยที่นี่	มีเตียง 2 เตียง (Twin bed) ไม่อึดอัด สิ่งอำนวยความสะดวกครบ รูปแบบทันสมัย จูงใจ
6	ห้องค่อนข้างเก่า แต่เจ้าของปรับปรุงให้ดูดี ขนาดไม่กว้างซึ่งก็เหมาะกับการเช่าพักอาศัยได้ไม่เกิน 2 คน ปัญหาที่พบคือ โถส้วมกดชักโครกไม่ค่อยลง	ห้องค่อนข้างเก่า ไม่กว้าง ต้องปรับปรุง
7	ห้องพักสวย โปร่งสบาย อากาศถ่ายเทสะดวก แม้บางครั้งกลางคืนนอนเปิดหน้าต่างอากาศเย็นสบายมองเห็นอีกสวายนามเพราะอยู่ชั้นที่ 9 ของอาคาร ห้องพักมีขนาดพื้นที่ใช้สอยเพียงพอกับการเช่าอยู่อาศัย 2 คน โดยรวมถือว่าพึงพอใจมาก	โปร่งสบาย อากาศถ่ายเทสะดวก

ตารางที่ 4-3 (ต่อ)

รหัส	คำให้สัมภาษณ์	Keyword
8	ฟังก์ชันในห้องชุด สามารถตอบสนองการใช้งานที่ลูกค้าต้องการ ได้อย่างลงตัว ครบถ้วน มี และมีบริการด้านอื่น ๆ เช่น มีร้านซักรีด ซูเปอร์มาร์เก็ต และบริการอินเทอร์เน็ต	ตอบสนองการใช้งาน ที่ลูกค้า มีบริการ อินเทอร์เน็ต
9	มีเฟอร์นิเจอร์พร้อมในห้องให้ การตกแต่งห้องพัก จัดตกแต่ง ให้เสมือนมีการใช้ชีวิตจริง มีอุปกรณ์ที่ต้องใช้ในชีวิตประจำวัน ครบครัน ใช้ไฟสีส้มเพื่อให้เกิดความรู้สึกอบอุ่นเมื่ออยู่ในห้อง ตัวอย่าง เพื่อให้ลูกค้ามีความรู้สึกรวมถึงการใช้ชีวิตในห้อง คอนโดมิเนียม	เฟอร์นิเจอร์พร้อมในห้อง ให้ การตกแต่งห้องพัก
10	ขนาดห้องพักเหมาะสม มีระเบียบและบริเวณในการตากเสื้อผ้า มีเฟอร์นิเจอร์และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก เช่น โต๊ะเขียนหนังสือ ตู้ เตียง พัดลม เครื่องปรับอากาศ ฯลฯ	ขนาดห้องพักเหมาะสม สิ่งอำนวยความสะดวก ภายในครบ
11	ภายในอาคาร โปร่ง มีอากาศถ่ายเทได้สะดวก และปรับปรุง อาคารสถานที่ ทั้งภายนอกและภายใน อาคาร โดยเน้นความ สะอาดและความสวยงามเป็นหลัก	ความสะอาดและความ สวยงาม
12	ภายในอาคาร โปร่ง อากาศถ่ายเทสะดวก เพราะมีความสูงต่อ ชั้นที่พักอาศัย ภายในห้อง ประตู หน้าต่าง ควรปิดได้อย่าง ปลอดภัย มีระบบคีย์การ์ด ก็ยังดี สิ่งอำนวยความสะดวก เครื่องใช้พื้นฐาน เช่น ตู้ เตียง ก็ควรจะมี เพราะเป็นของชิ้นใหญ่ ที่ผู้เข้าพักจะเอามาเองลำบาก	มีระบบคีย์การ์ด ก็ยังดี สิ่งอำนวยความสะดวก
13	เป็นห้องพักที่มีเครื่องปรับอากาศ มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ตู้เสื้อผ้า เตียง โต๊ะ และมีระเบียบสำหรับตากเสื้อผ้า ภายใน ห้องพักมีผู้พักอาศัย 3 คน	เครื่องปรับอากาศ มีสิ่ง อำนวยความสะดวก
14	ขนาดของห้องพักต้องมีความเหมาะสม โดยต้องมีหลากหลาย รูปแบบเพื่อให้ผู้เช่าพักอาศัยสามารถเลือกได้หรือเหมาะสมกับ จำนวนผู้พักอาศัย และที่สำคัญต้องมีระบบรักษาความปลอดภัย ตลอด 24 ชั่วโมง ทั้ง รปภ. และต้องต้องมีวงจรปิด CCTV เพื่อให้ลูกค้าที่เช่าพักเกิดความมั่นใจในเรื่องความปลอดภัย	ขนาดของห้องพักที่มีความ เหมาะสม มี รปภ. 24 ชั่วโมง และ วงจรปิด CCTV

ตารางที่ 4-3 (ต่อ)

รหัส	คำให้สัมภาษณ์	Keyword
15	ขนาดของห้องพักต้องมีความเหมาะสม โดยต้องมีหลากหลายรูปแบบเพื่อให้ผู้เช่าพักอาศัยสามารถเลือกได้หรือเหมาะสมกับจำนวนผู้พักอาศัย	ขนาดของห้องพักที่มี ความเหมาะสม
16	ค่อนข้างเก่า แต่เจ้าของปรับปรุงให้ดูดี ขนาดไม่กว้างซึ่งก็เหมาะกับการเช่าพักอาศัยได้ไม่เกิน 2 คน ปัญหาที่พบคือ โถส้วมกดชักโครกไม่ค่อยลง มีปัญหามากในระบบโครงสร้างพื้น ฐาน ได้แก่ งานท่อระบายน้ำ	มีปัญหามากในระบบ โครงสร้างพื้น
17	ฟังก์ชันในห้องชุด สามารถตอบสนองการใช้งานที่ลูกค้าต้องการ ได้อย่างลงตัว ครบถ้วน มี และมีบริการด้านอื่น ๆ เช่น มีร้านซักรีด ซูเปอร์มาร์เก็ต และบริการอินเทอร์เน็ต	มีบริการครบถ้วน มีซูเปอร์มาร์เก็ต และ บริการอินเทอร์เน็ต
18	มีขนาดห้องหลายขนาดให้เลือกเหมาะกับผู้เข้ามาเช่าพักอาศัย มีโครงสร้างแข็งแรงทนทานของ โครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็ก สร้างใหม่ ทางโครงการมีเฟอร์นิเจอร์และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่จำเป็น เช่น ตู้ใส่เสื้อผ้า เตียงนอน ซึ่งตอบสนองต่อความต้องการของผู้มาเช่า โดยเฉพาะคนจีนอย่างเรา	มีขนาดห้องหลายขนาดให้ เลือก มีเฟอร์นิเจอร์ สิ่ง อำนวยความสะดวกครบ ภายในห้อง
19	ห้องพักสวย โปร่งสบาย อากาศถ่ายเทสะดวก แม้บางครั้งกลางคืนนอนเปิดหน้าต่างอากาศเย็นสบายมองเห็นอีกสวยงาม เพราะอยู่ชั้นที่ 11 ของอาคาร ห้องพักมีขนาดพื้นที่ใช้สอยเพียงพอกับการเช่าอยู่อาศัย 3 คน โดยรวมถือว่าพึงพอใจมาก	ห้องพักสวย โปร่งสบาย อากาศถ่ายเทสะดวก พักอาศัยได้ 3 คน
20	รูปแบบห้องพักต้องมีความทันสมัย สวยงาม มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักเหมาะแก่ผู้ที่เข้ามาอยู่อาศัย อาทิ โทรทัศน์ ตู้เย็น เครื่องทำน้ำอุ่น อินเทอร์เน็ต ไวไฟอำนวยความสะดวก	ห้องพักต้องมีความทันสมัย สวยงาม มีบริการ อินเทอร์เน็ต

สรุปตารางที่ 4-3 พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ลูกค้าชาวจีนตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัย ในจังหวัดชลบุรี มีความคิดเห็น ด้านลักษณะห้องพักลูกค้าที่กำลังตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอันดับแรก ขนาดของห้องพักที่มีความเหมาะสม รูปแบบของห้องที่มีการออกแบบพื้นที่การใช้สอยอย่าง เหมาะสมการจัดการสภาพแวดล้อมรอบ ๆ คอนโดมิเนียมให้มีความสวยงามมีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกภายในคอนโดมิเนียมอย่างครบครันไม่ว่าจะเป็นฟิตเนสสระว่ายน้ำร้านสะดวกซื้อร้าน รับซัก-รีดเสื้อผ้าและบริการอินเทอร์เน็ต รวมไปถึงการให้บริการที่จอดรถอย่างเพียงพอเพื่อที่จะอำนวยความสะดวกให้กับผู้ที่พักอาศัยได้อย่างทั่วถึง

ตารางที่ 4-4 สรุปบทสัมภาษณ์ลูกค้าชาวจีนตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยในจังหวัดชลบุรี มีความคิดเห็น ด้านลักษณะห้องพัก

ประเด็น	ลูกค้าชาวจีนที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัดชลบุรี																				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	(%)
1. ห้องพักทันสมัย สวยงาม	✓							✓	✓											✓	20
2. มีความเหมาะสมโดยต้องมีหลากหลายรูปแบบ		✓		✓	✓		✓			✓				✓	✓				✓		40
3. ความปลอดภัยมั่นคงมีระบบรักษา		✓	✓									✓		✓							20
4. ห้องค่อนข้างเก่า						✓										✓					10
5. มีสิ่งอำนวยความสะดวก		✓		✓	✓							✓	✓					✓	✓		35
6. มีปัญหาภายในระบบโครงสร้างพื้น																✓					5
7. ไปรับสาย อากาศถ่ายเทสะดวก											✓								✓		10

จากตารางที่ 4-4 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ลูกค้าชาวจีนตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยในจังหวัดชลบุรี มีความคิดเห็น ด้านลักษณะห้องพัก จำนวน 20 ราย พบว่า ให้ความสำคัญในข้อห้องพักทันสมัย สวยงาม คิดเป็นร้อยละ 20 ห้องพักมีความเหมาะสมโดยต้องมีหลากหลายรูปแบบ คิดเป็นร้อยละ 40 ที่พักมีระบบรักษาความปลอดภัยมีระบบคีย์การ์ด คิดเป็นร้อยละ 20 ห้องค่อนข้างเก่า คิดเป็นร้อยละ 10 มีสิ่งอำนวยความสะดวกระดับการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 35 มีปัญหามากในระบบโครงสร้างพื้น คิดเป็นร้อยละ 5 และห้องโปร่งสบาย ทัศนียภาพที่สวยงาม คิดเป็นร้อยละ 10 ตามลำดับ

2. ท่านคิดว่าการเช่าห้องพักอาศัยด้านราคาที่เหมาะสมในความคิดของท่านเป็นอย่างไร

ตารางที่ 4-5 ผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นผู้ตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยชาวจีนที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัดชลบุรี

รหัส	คำให้สัมภาษณ์	Keyword
1	ราคาห้องพักมีความเหมาะสมกับขนาดของห้องเช่าอาศัย ไม่แพงจนเกินไปและต้องคิดค่าสาธารณูปโภคที่เหมาะสม เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ที่สำคัญสามารถผ่อนชำระค่าเช่าห้องพักได้ในกรณีฉุกเฉิน	ไม่แพงจนเกินไป สามารรถผ่อนชำระ ได้
2	ราคาของขนาดห้องเช่าที่พักอาศัยต้องมีให้เลือกตามความเหมาะสมของห้อง เช่น ขนาดความกว้างของห้อง ชั้นพักอาศัย เพราะบางครั้งห้องเช่าผู้เช่าพักอาศัยอาจอาศัยรวมกันประมาณ 3 ท่าน จะได้ช่วยกันในการจ่ายค่าเช่าที่พักอาศัยไม่หนักจนเกินไป และค่าทำสัญญามัดจำต้องมีความเหมาะสมเป็นธรรมไม่ควรเก็บค่ามัดจำเกิน 2 เดือน	มีให้เลือกตามความ เหมาะสมของห้อง สัญญามัดจำเป็น ธรรม
3	ราคาห้องพักอาศัย ค่าน้ำ ค่าไฟ ต้องเหมาะสมเป็นธรรมกับลูกค้าที่เข้ามาอาศัยไม่ควรแพงจนเกินไป จนรู้สึกว่าคุณเอาเปรียบจากเจ้าของห้องให้เช่า และราคาห้องพักควรมีราคาที่เหมาะสมสามารถเลือกได้ เพราะจำนวนห้อง ขนาดห้อง และชั้นที่พักอาศัยควรให้ลูกค้ามีตัวเลือกในการตัดสินใจ และต้องเหมาะสมกับทำเลที่ตั้งและสิ่งอำนวยความสะดวก	ราคาห้องพักอาศัย เป็นธรรม ค่าน้ำ ค่าไฟ ต้องเหมาะสม
4	มีความเหมาะสมไม่แพงเกินไปเดือนละ 4,000 บาท ซึ่งอยู่ได้ไม่เกิน 3 คน ทำให้กลุ่มผู้เช่าอาศัยมีกำลังเช่า คิดว่ายุติธรรมระหว่างคุณภาพของห้องเช่าที่พักอาศัยกับราคา นอกจากนี้ส่วนใหญ่มักค่าสาธารณูปโภคอื่น ๆ ก็เป็นไปตามที่ใช้อย่างจริง	ไม่แพงเกินไป เดือนละ 4,000 บาท เมื่อเทียบกับ คุณภาพกับค่าห้อง

ตารางที่ 4-5 (ต่อ)

รหัส	คำให้สัมภาษณ์	Keyword
5	คิดว่าค่าเช่าเหมาะสมกับคุณภาพห้องไม่แพงเกินไป เหมาะสมกับงบประมาณที่ได้จัดเตรียมไว้ ค่าเช่าเดือนละ 4,500 บาทต่อเดือน ซึ่งผู้เช่าอยู่อาศัยกับเพื่อน 2 คน	เหมาะสมกับ งบประมาณที่ได้ จัดเตรียมไว้
6	ไม่เป็นปัญหากับผู้เช่าเพราะสามารถเบิกค่าเช่าที่พอกับบริษัทที่ทำงานได้ 3,000 บาท ที่ตัดสินใจเช่าที่นี่เพราะมีเพื่อนที่ทำงานบริษัทเดียวกัน มาเช่าอยู่อีก 2 ห้อง ทำให้มีกลุ่มเพื่อนที่เป็นคนไทย ทำให้ไม่เหมาะสม มีเพื่อนพูดคุยระหว่างไปทำงานและบางครั้งกลับมาจากที่ทำงาน	สามารถเบิกค่าเช่าที่พอกับบริษัทที่ทำงานได้
7	ราคาคิดว่าสูงนิดหน่อย เช่าอยู่ประมาณ 6,500 บาทต่อเดือน แต่พักด้วยกัน 2 คน แต่ตอนมาขอเช่าห้องพักมีห้องเดียวให้เลือกเพราะห้องเช่าเต็มทุกห้องเลยไม่มีทางเลือก จึงต้องตัดสินใจเช่าพัก	ราคาคิดว่าสูงนิดหน่อย พักได้ 2 คน
8	มีการกำหนดราคาห้องพักอย่างชัดเจน ทั้งราคาค่าห้องพัก ค่าน้ำ ค่าไฟ โดยมีเอกสารนำส่งถึงห้องพัก และราคาที่พักอยู่ก็อยู่ในเกณฑ์ที่ปานกลางไม่สูงมาก	กำหนดราคาห้องพัก อย่างชัดเจน
9	ราคาที่พักเหมาะสมกับรายรับและรายจ่ายในแต่ละเดือน เอาแบบที่จ่ายค่าเช่าที่พอก ค่าน้ำ ค่าไฟ ฯลฯ ไม่สูงจนเกินไป ราคาปานกลางประมาณ 4,500-6,000 บาท มีสภาพแวดล้อมดี เดินทางสะดวก	ราคาที่พักเหมาะสม สภาพแวดล้อมดี
10	ราคาค่าเช่าที่เหมาะสม ประมาณ 4,000-4,500 บาทต่อเดือน ไม่รวมค่าน้ำค่าไฟฟ้า และมีค่าประกันล่วงหน้า 2 เดือน แต่สามารถผ่อนผันให้ได้	ราคาที่พักเหมาะสม ประกันล่วงหน้าผ่อน ผันได้
11	ค่าเช่าห้องพักและราคาค่าสาธารณูปโภคเป็นหลักโดยเทียบราคาห้องพักอื่น โดยรอบ อยู่ในระดับราคาห้องพักและค่าสาธารณูปโภคที่ ตั้งไว้มีเกณฑ์ที่ ใกล้เคียงหรือเท่ากัน กับห้องพักโดยรอบ	ราคาที่พักเหมาะสม สาธารณูปโภค
12	เป็นอพาร์ทเมนท์ที่มีอัตราค่าเช่าต่อขนาดของห้องสูงกว่าเมื่อเทียบกับราคาค่าเช่าห้องพักบริเวณข้างเคียง	อัตราค่าเช่าต่อขนาดของ ห้องสูงกว่า

ตารางที่ 4-5 (ต่อ)

รหัส	คำให้สัมภาษณ์	Keyword
13	อัตราค่าเช่าพัก ขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้งของอพาร์ทเมนต์ให้เช่า รวมถึงรายได้ของผู้เช่าแต่หากเป็นราคาที่เหมาะสม ผู้เช่าก็จะตัดสินใจได้ง่ายขึ้นเช่นที่พักอยู่ ราคาอยู่ประมาณ 6,000 บาท ค่าไฟฟ้า คิดหน่วยละ 9 บาท	อัตราค่าเช่าพัก ขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้ง
14	ราคาห้องพักมีความเหมาะสมกับขนาดของห้องเช่าอาศัย ไม่แพงจนเกินไปและต้องคิดค่าสาธารณูปโภคที่เหมาะสม เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ที่สำคัญสามารถผ่อนชำระค่าเช่าห้องพักได้ในกรณีฉุกเฉิน	ราคาห้องพักมีความเหมาะสม ผ่อนชำระค่าเช่าได้
15	ราคาของขนาดห้องเช่าพักอาศัยต้องมีให้เลือกตามความเหมาะสมของห้อง เช่น ขนาดความกว้างของห้อง ชั้นพักอาศัย เพราะบางครั้งห้องเช่าผู้เช่าพักอาศัยอาจอาศัยรวมกันประมาณ 3 ท่านจะ ช่วยกัน ในการจ่ายค่าเช่าที่พักอาศัยไม่หนักจนเกินไป และค่าทำสัญญามัดจำต้องมีความเหมาะสมเป็นธรรมไม่ควรเก็บค่ามัดจำเกิน 2 เดือน	ราคาห้องพักมีความเหมาะสม สัญญามัดจำไม่เกิน 2 เดือน
16	ไม่เป็นปัญหากับผู้เช่าเพราะสามารถเบิกค่าเช่าที่พักกับบริษัทที่ทำงานได้ 2,000 บาท ที่ตัดสินใจเช่าที่นี่เพราะมีเพื่อนที่ทำงานบริษัทเดียวกัน มาเช่าอยู่อีก 2 ห้อง ทำให้มีกลุ่มเพื่อนที่เป็นคนไทยทำให้ไม่เหมาะ มีเพื่อนพูดคุยระหว่างไปทำงานและบางครั้งก็กลับมาจากที่ทำงาน	สามารถเบิกค่าเช่าที่พักกับบริษัทที่ทำงาน
17	คิดว่าค่าเช่าเหมาะสมกับคุณภาพห้องไม่แพงเกินไป เหมาะสมกับงบประมาณที่ได้จัดเตรียมไว้ ค่าเช่าเดือนละ 4,500 บาทต่อเดือน ซึ่งผู้เช่าอยู่อาศัยกับเพื่อน 3 คน	ค่าเช่าเหมาะสมกับคุณภาพห้อง พักได้ 3 คน
18	คิดว่าค่าเช่าเหมาะสมกับคุณภาพห้องไม่แพงเกินไป เหมาะสมกับงบประมาณที่ได้จัดเตรียมไว้ ค่าเช่าเดือนละ 5,500 บาทต่อเดือน ซึ่งผู้เช่าอยู่อาศัยกับเพื่อน 2 คน	ค่าเช่าเหมาะสมกับคุณภาพห้อง

ตารางที่ 4-5 (ต่อ)

รหัส	คำให้สัมภาษณ์	Keyword
19	ราคาคิดว่าสูงนิดหน่อย เช่าอยู่ประมาณ 6,000 บาทต่อเดือน แต่พักด้วยกัน 3 คน แต่ตอนมาขอเช่าห้องพักมีห้องเดียวให้เลือกเพราะห้องเช่าเต็มทุกห้องเลยไม่มีทางเลือก จึงต้องตัดสินใจเช่าพัก	ราคาคิดว่าสูงนิดหน่อย พักได้ 3 คน
20	ค่าเช่าห้องพักและราคาค่าสาธารณูปโภคเป็นหลักโดยเทียบราคาห้องพักอื่น โดยรอบ อยู่ในระดับราคาห้องพักและค่าสาธารณูปโภคที่ ตั้งไว้มีเกณฑ์ที่ ต่ำกว่าหรือเท่ากัน กับห้องพักโดยรอบ	ค่าเช่าเหมาะสม มีสาธารณูปโภคครบ

สรุปตารางที่ 4-5 พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ลูกค้าชาวจีนตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยในจังหวัดชลบุรี มีความคิดเห็น ด้านราคาลูกค้าจะให้ความสำคัญกับการกำหนดราคาที่พักที่ชัดเจน การมีที่พักให้เลือกหลายระดับราคา คุณภาพห้องพักและบริการต่าง ที่ได้รับมีความเหมาะสมกับราคา โดยการกำหนดราคาห้องพักนั้นจะต้องพิจารณาทั้งลักษณะการแข่งขันในตลาด และต้นทุนทั้งหมดของส่วนประสมทางการตลาด นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงปฏิกิริยาของลูกค้าต่อระดับราคาอีกด้วย

ตารางที่ 4-6 สรุปรูปทสัณภาพณ์ลูกค้าชาวจีนตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยในจังหวัดชลบุรี มีความคิดเห็น ด้านราคา

ประเด็น	ลูกค้าชาวจีนที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัดชลบุรี																				20 (%)
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19		
1. ราคาเหมาะสม	✓		✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓		✓	✓		✓	75
2. ราคาสูงกว่าที่อื่น							✓					✓							✓		15
3. ค่าเช่าสามารถเบิกได้					✓											✓					10
4. สัญญามัดจำเป็นธรรมเนียม		✓																			5
5. ผ่อนผันได้									✓						✓						10
6. สาธารณูปโภคครบ										✓									✓		10

จากตารางที่ 4-6 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ลูกค้าชาวจีนตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยในจังหวัดชลบุรี มีความคิดเห็น ด้านราคา จำนวน 20 ราย พบว่า ให้ความสำคัญในข้อ ราคาเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 75 ห้องพักราคาสูงกว่าที่อื่น คิดเป็นร้อยละ 15 ค่าเช่าสามารถเบิกได้ คิดเป็นร้อยละ 10 สัญญามัดจำเป็นธรรมเนียม คิดเป็นร้อยละ 5 ค่าห้องผ่อนผันได้ คิดเป็นร้อยละ 10 และ สาธารณูปโภคครบ คิดเป็นร้อยละ 10 ตามลำดับ

3. ท่านคิดว่าการเช่าห้องพักอาศัยด้านทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมในความคิดของท่านเป็นอย่างไร

ตารางที่ 4-7 ผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นผู้ตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยชาวจีนที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัดชลบุรี

รหัส	คำให้สัมภาษณ์	Keyword
1	ทำเลที่ตั้งของสถานที่หอพักต้องอยู่ไม่ไกลจากตลาด ศูนย์กลางค้า มหาวิทยาลัย มีเส้นทางคมนาคมที่สะดวกในการเดินทาง และมีที่จอดรถอย่างเพียงพอ กับจำนวนหอพักและต้องไม่คิดค่าที่จอดรถเพิ่มเติม	สะดวกในการเดินทาง ไม่คิดค่าที่จอดรถ
2	ควรมีเส้นทางคมนาคมในการเดินทาง และมีพื้นที่ส่วนกลางให้เหมาะสมกับจำนวนสมาชิกที่เข้าพักอาศัย สิ่งสำคัญความสะดวกในการติดต่อสื่อสารข้อมูล ทั้ง Internet โทรศัพท์ และใกล้ตลาด โดยเฉพาะศูนย์การค้า	มีพื้นที่ส่วนกลางให้เหมาะสม ใกล้ตลาด
3	ทำเลที่ตั้งของหอพัก ต้องมีเส้นทางคมนาคมที่สะดวกในการเดินทาง ระหว่างสถานที่ทำงานไม่ไกลจากสถานที่ทำงานมากนัก และไม่ควรถูกไกลจากถนนสายหลัก สามารถเดินทางด้วยเท้าได้ เพื่อช่วยในการประหยัด และสามารถออกกำลังกายระหว่างเดินควรใช้เวลาเดินไม่เกิน 10-15 นาที หรือมีถนนต้องมียอดโดยสารสาธารณะวิ่งผ่าน จำนวนหลายสาย และต้องมีห้างสรรพสินค้ามากมาย ควรมีพื้นที่ส่วนกลาง โดยเฉพาะสถานที่ออกกำลังกายหรือห้องฟิตเนส สำหรับผู้เข้าพักอาศัยทุกคนฟรี	สะดวกในการเดินทาง รถวิ่งผ่านหลายสาย ฟิตเนสฟรี และมีพื้นที่ส่วนกลางให้พักผ่อน
4	ใกล้แหล่งชุมชน ทำเลที่ตั้งมีสภาพแวดล้อมที่ดี สะดวกในการเดินทางมียอดโดยสารวิ่งผ่านและยังมีห้างสรรพสินค้ามากมาย	ใกล้แหล่งชุมชน ทำเลที่ตั้งมีสภาพแวดล้อมที่ดี

ตารางที่ 4-7 (ต่อ)

รหัส	คำให้สัมภาษณ์	Keyword
5	มีเส้นทางคมนาคมที่สะดวกในการเดินทางเข้าออก อยู่ใกล้ที่ทำงาน ใช้เวลาเดินทาง ไปกลับที่ทำงานไม่มากนัก	สะดวกในการเดินทางเข้าออก อยู่ใกล้ที่ทำงาน
6	สะดวกใกล้ที่ทำงาน คมนาคมสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอกับจำนวนห้องพัก	สะดวกใกล้ที่ทำงาน
7	อยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวอย่างพญา คมนาคมสะดวกอยู่ไม่ไกลจากถนนสามารถเดินเข้าไปขึ้นรถโดยสารเพราะห่างจากถนนประมาณ 450 เมตร ใช้เวลาเดินไม่เกิน 10 นาที	เดินทางสะดวกอยู่ไม่ไกลจากถนน
8	ความใกล้ไกลระหว่างถนนสายหลักกับที่พัก ควรจะสามารถเดินจากถนนสายหลักเข้าไปได้ เพราะหากที่พักอยู่ห่างจากถนนสายหลักมากก็ต้องเสียเงินนั่งมอเตอร์ไซค์รับจ้าง ซึ่งอย่างต่ำ ๆ ก็ 30 บาท หากขึ้นทุกวันเข้าออกวันละรอบก็พอ เฉพาะค่ารถมอเตอร์ไซค์เดือนนึง 900 บาทแล้ว ยิ่งไปกว่านั้นการนั่งมอเตอร์ไซค์รับจ้างเชื่อว่าหลาย ๆ คนก็คงมีประสบการณ์อันลึ้มไม่ลงกับมอเตอร์ไซค์รับจ้างมากันบ้างแล้ว เพราะฉะนั้นเลยได้ควรเลี้ยงสำหรับที่พักที่จำเป็นต้องนั่งมอเตอร์ไซค์รับจ้างเข้าไปอย่างเดียว	สามารถเดินจากถนนสายหลักเข้าไปได้ มีวินมอเตอร์ไซค์รับจ้าง
9	พักอาศัย คือจะต้อง ไม่ไกลเกินรัศมี 500 เมตรจากจุดขึ้นลงรถโดยสารสาธารณะ และสามารถเดินเท้า เข้าออกได้ มีไฟฟ้าส่องสว่างตลอดทางเดิน อยู่ใกล้ร้านเซเว่นหรือ โลตัสเอ็กซ์เพรส เป็นข้อบ่งชี้ได้ว่าทำเลนั้นดี	พักอาศัย คือจะต้อง ไม่ไกลเกินรัศมี 500 เมตรจากจุดขึ้นลงรถโดยสาร
10	ห้องพักอยู่ใกล้แหล่งบริการทางการเงิน เช่น ตู้ ATM และติดกับถนนสายหลัก ใกล้ชุมชน มีรถประจำทางวิ่งผ่านสะดวกในการเดินทางไปทำงาน	ห้องพักอยู่ใกล้แหล่งบริการ
11	สถานที่ ใกล้ที่ ทำงาน ตั้งอยู่ในซอย โดยตัวอาคารที่พักห่างจากถนนใหญ่ประมาณ 300 เมตร หน้าปากซอย เป็นที่ ตั้งของธนาคารพาณิชย์หลายสถาบัน มีความสะดวกสบายในความเป็นอยู่และการเดินทางพอสมควร	สถานที่ ใกล้ที่ทำงานสะดวก สบาย

ตารางที่ 4-7 (ต่อ)

รหัส	คำให้สัมภาษณ์	Keyword
12	ทำเลที่ตั้งของที่พักรออยู่ใกล้กับสถานที่ทำงาน เพราะจะช่วยย่นระยะเวลาการเดินทาง และทำให้การเดินทางเป็นเรื่องสะดวกสบายขึ้นมาก และอีกสิ่งที่สำคัญไม่แพ้กันก็คือที่พักรอจะอยู่ใกล้กับแหล่งชุมชน ห้างสรรพสินค้า หรือตลาด ซึ่งจะช่วยให้คุณเดินทางไปมาสะดวกในการซื้อของ และไม่ควรถังอยู่ลึก และเปลี่ยวมากจนเกินไป	ทำเลที่ตั้งของที่พักรออยู่ใกล้กับสถานที่ทำงาน
13	ทำเลที่ตั้งดี สะดวกต่อการเดินทาง นับเป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้เช่ามักใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกเช่า หากอพาร์ทเมนต์ให้เช่าอยู่ในทำเลที่ตั้งดี เช่น ในเขตชุมชน ใกล้ห้างสรรพสินค้า โรงพยาบาล สถานศึกษา ฯลฯ ก็จะช่วยให้ผู้เช่าได้มากยิ่งขึ้น	ทำเลที่ตั้งดี สะดวกต่อการเดินทาง ใกล้ ห้างสรรพสินค้า
14	ควรตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนใกล้ต่อสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มากมาย อาทิ ตลาดสด ธนาคาร โรงพยาบาล ร้านอาหาร ร้านขายยา ร้านเสริมสวย ร้านอินเทอร์เน็ต ร้านสะดวกซื้อ เป็นต้น	ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน ใกล้ต่อสิ่งอำนวยความสะดวก
15	ทำเลที่ตั้งของห้องพัก ต้องมีเส้นทางคมนาคมที่สะดวกในการเดินทางระหว่างสถานที่ทำงานไม่ไกลจากสถานที่ทำงานมากนัก และไม่ควรถังจากถนนสายหลัก สามารถเดินทางด้วยเท้าได้ เพื่อช่วยในการประหยัด และสามารถออกกำลังกายระหว่างเดินควรรใช้เวลาเดินไม่เกิน 10-15 นาที หรือมีถนนที่ต้องมีรถโดยสารสาธารณะวิ่งผ่าน จำนวนหลายสาย และต้องมีห้างสรรพสินค้ามากมาย ควรมีพื้นที่ส่วนกลาง โดยเฉพาะสถานที่ออกกำลังกาย หรือห้องฟิตเนส สำหรับผู้เช่าพักอาศัยทุกคนฟรี	คมนาคมที่สะดวกในการเดินทาง มีรถโดยสารสาธารณะวิ่งผ่าน ใกล้ ห้างสรรพสินค้า
16	อยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวอย่างพัทยา คมนาคมสะดวกอยู่ไม่ไกลจากถนนสามารถเดินเข้าไปขึ้นรถโดยสารเพราะห่างจากถนนประมาณ 500 เมตร ใช้เวลาเดินไม่เกิน 15 นาที	อยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว อย่างพัทยา
17	สะดวกใกล้ที่ทำงาน คมนาคมสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอกับจำนวนห้องพัก	สะดวกใกล้ที่ทำงาน

ตารางที่ 4-7 (ต่อ)

รหัส	คำให้สัมภาษณ์	Keyword
18	ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนใกล้ต่อสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มากมาย อาทิ ตลาดสด ธนาคาร โรงพยาบาล ร้านอาหาร ร้านขายยา ร้านเสริมสวย ร้านอินเทอร์เน็ต ร้านสะดวกซื้อ เป็นต้น	ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน
19	พักอาศัย คือจะต้องไม่ไกลเกินรัศมี 500 เมตรจากจุดขึ้นลงรถโดยสารสาธารณะ และสามารถเดินเท้า เข้าออกได้ มีไฟฟ้าส่งสว่างตลอดทางเดิน อยู่ใกล้ร้านเซเว่นหรือโลตัสเอ็กซ์เพรส เป็นข้อบ่งชี้ได้ว่าทำเลนั้นดี	สามารถเดินเท้า เข้าออกได้ ใกล้ร้านเซเว่น
20	สถานที่ใกล้ที่ ทำงาน ตั้งอยู่ในซอย โดยตัวอาคารที่พักห่างจากถนนใหญ่ประมาณ 300 เมตร หน้าปากซอย เป็นที่ ตั้งของธนาคารพาณิชย์หลายสถาบัน มีความสะดวกสบายในความเป็นอยู่และการเดินทางพอสมควร	สถานที่ใกล้ที่ ทำงาน ไม่ไกลจากถนนสายหลัก

สรุปตารางที่ 4-7 พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ลูกค้าชาวจีนตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยในจังหวัดชลบุรี มีความคิดเห็นสถานที่ตั้งของที่พัก ซึ่งควรต้องมีการคมนาคมที่สะดวกสบาย อยู่ใกล้ที่ท่องเที่ยว แหล่งชุมชน หรือแหล่งธุรกิจ การมีบริการรับ-ส่ง ระหว่างที่พัก เพียบพร้อมด้วยปัจจัยต่าง ๆ ทั้งการคมนาคมที่ทั่วถึง

ตารางที่ 4-8 สรุปบทสัมภาษณ์ลูกค้าชาวจีนตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยในจังหวัดชลบุรี มีความคิดเห็น ด้านทำเลที่ตั้ง

ประเด็น	ลูกค้าชาวจีนที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัดชลบุรี																				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	(%)
1. สะดวกในการเดินทาง	✓		✓		✓	✓	✓		✓				✓	✓	✓		✓				50
2. ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน				✓						✓				✓	✓			✓	✓		30
3. ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน						✓					✓	✓				✓				✓	25
4. มีพื้นที่ส่วนกลาง		✓	✓																		10
5. ใกล้วินมอเตอร์ไซด์								✓													5
6. ไม่ไกลจากถนนสายหลัก								✓	✓												10

จากตารางที่ 4-8 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ลูกค้าชาวจีนตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยในจังหวัดชลบุรี มีความคิดเห็น ด้านทำเลที่ตั้ง จำนวน 20 ราย พบว่า ให้ความสำคัญในข้อ สะดวกในการเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 50 ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน คิดเป็นร้อยละ 30 ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 25 มีพื้นที่ส่วนกลาง คิดเป็นร้อยละ 10 ใกล้วินมอเตอร์ไซด์ คิดเป็นร้อยละ 5 และไม่ไกลจากถนนสายหลัก คิดเป็นร้อยละ 10 ตามลำดับ

4. ท่านคิดว่าการเช่าห้องพักอาศัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่ดีในความคิดของท่านควรเป็นอย่างไร

ตารางที่ 4-9 ผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นผู้ตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยชาวจีนที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัดชลบุรี

รหัส	คำให้สัมภาษณ์	Keyword
1	มีการจัดโปรโมชั่นให้กับผู้เช่า เช่น การให้ส่วนลดเงินสด ในกรณีที่ผู้เช่าจ่ายเงินค่าเช่าตรงตามกำหนดเวลา ควรมีเจ้าหน้าที่คอยดูแลให้คำแนะนำเพื่อช่วยในการตัดสินใจของผู้เช่าและมีลูกค้าชาวต่างชาติขาดข้อมูลเกี่ยวกับที่พักพอสมควรและถ้ามีการแนะนำเพื่อนมาเช่าพักอาศัยเพิ่มทางที่พักควรมีคำแนะนำให้ห้อง	มีการจัด โปรโมชั่นให้กับผู้เช่า มีคำแนะนำ
2	ห้องพักควรมีป้ายติดชื่อห้องพักขนาดใหญ่มองเห็นชัดเจนอยู่ใกล้ที่พัก และสังเกตง่ายเพื่อให้ผู้ที่มาเยี่ยม หรือติดต่อมองเห็นชัดเจนทางห้องพักควรให้การสนับสนุนกิจกรรมทางด้านการช่วยเหลือสังคมหรือชุมชน และควรจะให้ส่วนลดกับผู้เช่าในกรณีที่ผู้เช่าจ่ายเงินตรงตามกำหนดหรือผู้เช่าอยู่ครบ 1 ปี ฟรี 1 เดือน เพื่อเป็นการจูงใจลูกค้าโดยเฉพาะลูกค้าชาวต่างชาติ	ป้ายติดชื่อห้องพัก ขนาดใหญ่มองเห็น ชัดเจนอยู่ใกล้ที่พัก เช่าอยู่ครบ 1 ปี ฟรี 1 เดือน
3	ควรมีการจัดโปรโมชั่นให้ผู้เช่าพักอาศัย ไม่ว่าจะเป็นส่วนลดค่าห้องกรณีจ่ายตรงที่สำคัญห้องพักควรมีการจัดกิจกรรมภายในห้องพัก เช่น เทศกาลปีใหม่ ตรุษจีน ควรให้ผู้เช่าพักอาศัยลงมามีส่วนร่วมกับกิจกรรม อาทิ จักรรางวัลในเดือนถัดไป ถ้าใครจักรรางวัล ได้พักอาศัยฟรี 1 เดือน หลังจากจักรรางวัลได้เป็นการสร้างแรงจูงใจและเป็นการสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างผู้เช่าและผู้ให้เช่า หอพักควรมีป้ายบอกชื่อห้องพักให้มีขนาดใหญ่ มีรูปมอเป็นได้ชัดเจนและสังเกตได้ง่าย	มีการจัด โปรโมชั่นให้ผู้เช่าพักอาศัย จักรรางวัลในช่วงเทศกาล มีป้ายบอกชื่อห้องพักขนาดใหญ่

ตารางที่ 4-9 (ต่อ)

รหัส	คำให้สัมภาษณ์	Keyword
4	ทางโครงการมีบัตรสมาชิก คุ้มครองส่วนลด ในกรณีจ่ายค่าเช่าตรงเวลา ได้ลด 2 % ในแต่ละเดือนทางโครงการมอบสิทธิพิเศษสำหรับวันเกิด ของผู้ทำการเช่าพักอาศัยในเดือนนั้นลด 20 เปอร์เซ็นต์	มีบัตรสมาชิก คุ้มครอง ส่วนลด 20 เปอร์เซ็นต์
5	ที่สนใจเข้ามาเช่าพักอาศัยที่นี่เพราะทางโครงการมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับผู้เช่าอาศัยไม่ว่าจะเป็นเฟอร์นิเจอร์ TV เครื่องปรับอากาศ ฟรี Wifi เป็นต้น	สิ่งอำนวยความสะดวก ความสะดวกให้กับผู้เช่า อาศัย
6	ห้องพักที่นี่ขาดการส่งเสริมทางตลาด ไม่มีกิจกรรมใด ๆ ระหว่างผู้ให้เช่ากับผู้อาศัย	ห้องพักที่นี่ขาดการ ส่งเสริมทางตลาด
7	จากการเข้ามาเช่าพักอาศัยยังไม่มีการส่งเสริมการตลาดแต่อย่างใด เพียงแต่มีการร่วมทำบุญตักบาตรพระในการอาศัยต่อ การจากไปของ King คนไทย ที่คนในห้องพักได้มีกิจกรรมร่วมกันทางสังคม	ไม่มีการส่งเสริม การตลาด
8	ทางห้องพัก มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อเพื่อให้เป็นที่รู้จัก เช่น โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต หรือโทรทัศน์เคเบิลท้องถิ่น และมีการจัดทำข้อเสนอพิเศษเช่นส่วนลด หรือยกเว้นค่าประกันเมื่อผู้พักทำตามเงื่อนไขที่กำหนด	มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ทางสื่อ
9	มีเว็บไซต์ หรือ เฟสบุ๊ค ของคอนโดที่เช่าพักอาศัย เพื่อให้ผู้พักอาศัย ได้ไปดูข้อมูล หรือแจ้งข้อมูลเพิ่มเติม เช่น วันนี้น้ำไม่ไหล ช่วงเวลา กี่โมง ถึง กี่โมง หรือ ไฟฟ้า จะดับวันไหน เพื่อให้สมาชิกทุกคนที่พักอาศัยได้เตรียมพร้อมในช่วงเวลานั้น	มีเว็บไซต์ หรือ เฟสบุ๊ค ของคอนโด ที่เช่าพักอาศัย
10	เรื่องส่วนลดเงินสด เมื่อชำระตามกำหนด และควรมีเคเบิลทีวีใน พร้อมทั้งฟรี Wifi ให้กับผู้เช่าพักอาศัย	ส่วนลดเงินสด ฟรี Wifi
11	เน้นการประชาสัมพันธ์และการส่งเสริม การตลาด โดยเพิ่มการ เข้าถึงกลุ่มตลาดผู้เช่าโดยตรง เช่น การทำป้ายโฆษณาหน้าถนนใหญ่ การให้ส่วนลดเงินสดเมื่อชำระตรงตามกำหนด การให้พักฟรีค่าห้อง 1 เดือน เมื่ออยู่ ครบระยะเวลา 1 ปี เป็นต้น	เน้นการ ประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริม การตลาด

ตารางที่ 4-9 (ต่อ)

รหัส	คำให้สัมภาษณ์	Keyword
12	จงใจให้ผู้เช่าพักอาศัยในระยะยาวโดยให้ฟรีค่าห้อง 1 เดือน สำหรับผู้เช่าพักอาศัยห้องพักครบ 1 ปี	จงใจให้ผู้เช่าพักอาศัยในระยะยาว
13	มีการลดค่าน้ำ และค่าไฟฟ้า 5 เปอร์เซ็นต์ หากลูกค้ามาจ่ายค่าเช่าห้องพักภายในระยะเวลา 5 วันหลังจากได้รับบิลค่าเช่าจากเจ้าของกิจการ ทั้งนี้เพื่อลดค่าใช้จ่ายให้กับลูกค้าและความสัมพันธ์ที่ดีให้กับลูกค้าเหมือนเป็นการตอบแทนและให้สิ่งที่เป็นประโยชน์คืนกลับให้กับลูกค้า	มีการลดค่าน้ำ และค่าไฟฟ้า 5 เปอร์เซ็นต์
14	เรื่องส่วนลดเงินสด เมื่อชำระตามกำหนด และควรมีเคเบิลทีวีใน พร้อมทั้งฟรี Wifi ให้กับผู้เช่าพักอาศัย	ส่วนลดเงินสด ฟรี Wifi
15	ทางโครงการมีบัตรสมาชิก คุ้มครองส่วนลด ในกรณีจ่ายค่าเช่าตรงเวลาได้ลด ในแต่ละเดือนทางโครงการมอบสิทธิพิเศษสำหรับวันเกิดของผู้ทำการเช่าพักอาศัยในเดือนนั้นลด 20 เปอร์เซ็นต์	มีบัตรสมาชิก คุ้มครองส่วนลด 20 เปอร์เซ็นต์
16	ห้องพักที่นี้ขาดการส่งเสริมทางตลาด ไม่มีกิจกรรมใด ๆ ระหว่างผู้ให้เช่ากับผู้อาศัย	ขาดการส่งเสริมทางตลาด
17	มีการลดค่าน้ำ และค่าไฟฟ้า 5 เปอร์เซ็นต์ หากลูกค้ามาจ่ายค่าเช่าห้องพักภายในระยะเวลา 5 วันหลังจากได้รับบิลค่าเช่าจากเจ้าของกิจการ ทั้งนี้เพื่อลดค่าใช้จ่ายให้กับลูกค้าและความสัมพันธ์ที่ดีให้กับลูกค้าเหมือนเป็นการตอบแทนและให้สิ่งที่เป็นประโยชน์คืนกลับให้กับลูกค้า	มีการลดค่าน้ำ และค่าไฟฟ้า
18	ทางโครงการมีบัตรสมาชิก คุ้มครองส่วนลด ในกรณีจ่ายค่าเช่าตรงเวลาได้ลด 2 เปอร์เซ็นต์ ในแต่ละเดือนทางโครงการมอบสิทธิพิเศษสำหรับวันเกิดของผู้ทำการเช่าพักอาศัยในเดือนนั้นลด 20 เปอร์เซ็นต์	บัตรสมาชิก คุ้มครองส่วนลด 20 เปอร์เซ็นต์
19	ทางห้องพัก มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อเพื่อให้เป็นที่รู้จัก เช่น โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต หรือ โทรทัศน์ เคเบิลท้องถิ่น และมีการจัดทำข้อเสนอพิเศษเช่นส่วนลด หรือยกเว้นค่าประกันเมื่อผู้พักทำตามเงื่อนไขที่กำหนด	มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อ

ตารางที่ 4-9 (ต่อ)

รหัส	คำให้สัมภาษณ์	Keyword
20	เน้นการประชาสัมพันธ์และการส่งเสริม การตลาด โดยเพิ่มการเข้าถึง กลุ่มตลาดผู้เช่าโดยตรง เช่น การทำป้ายโฆษณาหน้าถนนใหญ่ การให้ ส่วนลดเงินสดเมื่อชำระตรงตามกำหนด การให้พักฟรีค่าห้อง 1 เดือน เมื่ออยู่ ครบระยะเวลา 1 ปี เป็นต้น	เน้นการ ประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริม การตลาด

สรุปตารางที่ 4-9 พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ลูกจ้างชาวจีนตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยใน จังหวัดชลบุรี มีความคิดเห็นด้านการส่งเสริมทางการตลาด โครงการมีบัตรสมาชิก คุ้มครองส่วนลด ในกรณีจ่ายค่าเช่าตรงเวลาให้สิทธิพิเศษในวันสำคัญต่าง ๆ มีการจัดจัดป้ายแจ้งข่าวสารให้ผู้พักอาศัย ได้ทราบข่าวสาร และเกร็ดความรู้ต่าง ๆ

ตารางที่ 4-10 สรุปบทสัมภาษณ์ลูกค้าชาวจีนตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยในจังหวัดชลบุรี มีความคิดเห็น ด้านการส่งเสริมทางการตลาด

ประเด็น	ลูกค้าชาวจีนที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัดชลบุรี																					
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	(%)	
1. ส่วนลดเงินสด										✓				✓			✓				15	
2. มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อ	✓	✓	✓		✓			✓	✓		✓									✓	✓	45
3. ขาดการส่งเสริมทางการตลาด						✓	✓										✓					15
4. ฟรี Wi-Fi										✓				✓								10
5. มีบัตรส่วนลด				✓								✓	✓		✓				✓			25

จากตารางที่ 4-10 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ลูกค้าชาวจีนตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยในจังหวัดชลบุรี มีความคิดเห็น ด้านการส่งเสริมทางการตลาด จำนวน 20 ราย พบว่า ให้ความสำคัญในข้อ ส่วนลดเงินสด คิดเป็นร้อยละ 15 มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อ คิดเป็นร้อยละ 45 ขาดการส่งเสริมทางการตลาด คิดเป็นร้อยละ 15 ฟรี Wifi คิดเป็นร้อยละ 10 และมีบัตรส่วนลด คิดเป็นร้อยละ 25 ตามลำดับ

5. ท่านคิดว่าการเช่าห้องพักอาศัยด้านการบริการที่ดีในความคิดของท่านควรเป็นอย่างไร

ตารางที่ 4-11 ผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นผู้ตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยชาวจีนที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัดชลบุรี

รหัส	คำให้สัมภาษณ์	Keyword
1	ด้านการบริการทางห้องพักควรที่มาตรฐานการบริหารจัดการห้องพักอย่างมีระบบ เพื่อป้องกันบุคคลภายนอกเข้ามา โดยมีความพร้อมรับปัญหาและสามารถแก้ไขปัญหาได้ทันทีเมื่อเกิดความผิดพลาดขึ้น	ด้านการบริการทางห้องพักควรที่มาตรฐาน
2	ห้องพักควรมีความรวดเร็วในการบริการ เช่น ก๊อกน้ำมีปัญหา หรือหลอดไฟเสีย ควรมีเจ้าหน้าที่หรือช่าง มาเปลี่ยนให้อย่างรวดเร็ว เพราะเวลาเป็นสิ่งมีค่าสำคัญกับผู้เช่าพักอาศัยโดยเฉพาะลูกค้าชาวต่างชาติ นอกจากนี้บริการต้องมีมาตรฐานในการบริการอย่างเป็นระบบ น่าเชื่อถือ โดยเฉพาะพนักงานรักษาความปลอดภัยถ้าไม่จำเป็นไม่ควรขึ้นมานอนตึกควรเป็นเฉพาะเจ้าหน้าที่ของตึกเช่าโดยเฉพาะ และต้องมีชุดยูนิฟอร์มเพื่อง่ายต่อการสังเกตของลูกค้า	มีความรวดเร็วในการบริการบริการอย่างเป็นระบบ พนักงานมีชุดยูนิฟอร์ม
3	ห้องพักให้เช่าควรปรับปรุงเรื่องความเร็วในการให้บริการ ไม่ว่าจะเป็นการเก็บเงินค่าเช่าจากคนเก็บสามารถโอนผ่านบัญชีธนาคาร นอกจากนี้ การซ่อมแซมอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ได้รับความเสียหายไม่ว่าจะเป็นกลอนประตู ก๊อกน้ำต้องมีความรวดเร็วในการบริการ และมีความพร้อมรับกับปัญหาและสามารถแก้ไขปัญหาได้ทันทีเมื่อเกิดความผิดพลาด ไม่ควรข้ามไปอีกวันหนึ่ง ตลอดจนการบริการต้องมีมาตรฐานในการจัดการห้องพักอย่างเป็นระบบ	ความเร็วในการให้บริการพร้อมรับกับปัญหาบริการต้องมีมาตรฐาน

ตารางที่ 4-11 (ต่อ)

รหัส	คำให้สัมภาษณ์	Keyword
4	คิดว่าดีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มีความสอดคล้องบุคคลภายนอก มีมาตรฐานการทำงานอย่างเป็นระบบสามารถแก้ปัญหาต่าง ๆ ให้กับผู้เช่าพักอาศัยได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะทางเดินภายในอาคารเมื่อมีหลอดไฟดับเมื่อแจ้งเจ้าหน้าที่ก็ได้รับการแก้ไขทันที	มีมาตรฐานการทำงานอย่างเป็นระบบ แก้ไขทันที
5	การบริการที่ดี มีมาตรฐาน รวดเร็ว ถูกต้อง	การบริการที่ดี มีมาตรฐาน
6	ถือว่ามีความรวดเร็วในการให้บริการ เจ้าของโครงการมีความพร้อมรับกับปัญหาและสามารถแก้ปัญหาได้ทันทีเมื่อเกิดความผิดพลาด เอาใจใส่ที่ดี	มีความรวดเร็วในการให้บริการ
7	มีระเบียบข้อบังคับของห้องพัก และข้อมูลในการติดต่อประสานงานต่าง ๆ ไว้คอยบริการอย่างชัดเจน การบริการตรงต่อเวลา รวดเร็วในการให้บริการ	มีระเบียบข้อบังคับของห้องพัก
8	ห้องพักควรมีบริการที่รวดเร็วเมื่อผู้เช่าเกิดปัญหา หรือ มีสิ่งขัดข้องในห้องพัก ความช่วยเหลือจึงต้องการความรวดเร็ว รวมทั้งการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า และให้บริการข้อมูล ได้อย่างแม่นยำ	ห้องพักควรมีบริการที่รวดเร็วเมื่อผู้เช่าเกิดปัญหา
9	มีการให้บริการข้อมูลลูกค้าทางโทรศัพท์ ในการสอบถาม ร้องเรียนเรื่องใด จะติดต่อมาที่ Contact center ส่วนกลางของห้องพักเพื่อเป็นการติดต่อสื่อสารทางเดียว	มีการให้บริการข้อมูลลูกค้าทางโทรศัพท์
10	เรื่องความ ด้านการให้บริการ รวดเร็วในการให้ข้อมูล และการรับฟังข้อร้องเรียน และข้อเสนอแนะ ความพร้อมในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ให้กับผู้เช่าพักอาศัย	การรับฟังข้อร้องเรียน และข้อเสนอแนะ
11	เน้นการสร้างแตกต่าง โดยเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกที่ ผู้เช่าต้องการให้ครบครัน เช่น การขยายที่จอดรถ ผู้เติมเงินโทรศัพท์มือถือตู้กดเงินสดอัตโนมัติ เป็นต้น และเน้นการใส่ใจและให้ความสำคัญกับผู้เช่า โดยรับฟังข้อเสนอแนะและข้อร้องเรียนต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ	เน้นการสร้างแตกต่าง โดยเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวก

ตารางที่ 4-11 (ต่อ)

รหัส	คำให้สัมภาษณ์	Keyword
12	ควรเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพการทำงานของพนักงาน ประกอบกับการตั้งกล่อง ร้องเรียนและข้อเสนอแนะเพื่อ เจ้าของ คอนโดจะได้รับทราบถึงปัญหาภายในที่ ผู้เช่ากำลังประสบอยู่และ นำมา แก้ไขได้อย่างทันท่วงที อีกทั้งต้องเข้มงวดในการปฏิบัติตน ของพนักงานและผู้เช่าอย่างเคร่งครัด เพื่อมิให้ทำให้ผู้เช่ารายอื่นเกิด ความไม่พอใจ	การเพิ่ม ประสิทธิภาพและ คุณภาพการทำงาน ของพนักงาน
13	ให้บริการที่รวดเร็วแก่ผู้เช่า โดยเฉพาะการซ่อมแซมอุปกรณ์ที่ชำรุด และเสียหายเช่น ฝักบัว หลอดไฟ ลิฟต์ เป็นต้น	ให้บริการที่รวดเร็ว แก่ผู้เช่า
14	หอพักควรมีป้ายติดชื่อหอพักขนาดใหญ่มองเห็นชัดเจนอยู่ใกล้ที่พัก และสังเกตง่ายเพื่อให้ผู้ที่มาเยี่ยม หรือติดต่อมองเห็นชัดเจน ทาง หอพักควรให้การสนับสนุนกิจกรรมทางด้านการช่วยเหลือสังคม หรือชุมชน และควรจะให้ส่วนลดกับผู้เช่าในกรณีที่ผู้เช่าจ่ายเงินตรง ตามกำหนดหรือผู้เช่าอยู่ครบ 1 ปี ฟรี 1 เดือน เพื่อเป็นการจูงใจลูกค้า โดยเฉพาะลูกค้าชาวต่างชาติ	มีป้ายติดชื่อหอพัก ขนาดใหญ่มองเห็น ชัดเจน อยู่ครบ 1 ปี ฟรี 1 เดือน
15	หอพักให้เช่าควรปรับปรุงเรื่องความรวดเร็วในการให้บริการ ไม่ว่าจะ เป็นการเก็บเงินค่าเช่าจากคนเก็บสามารถโอนผ่านบัญชีธนาคาร นอกจากนี้ การซ่อมแซมอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ได้รับความเสียหายไม่ว่า จะเป็นกลอนประตู ก๊อกน้ำต้องมีความรวดเร็วในการบริการ และมีความพร้อมรับมือกับปัญหาและสามารถแก้ปัญหาได้ทันทีเมื่อเกิด ความผิดพลาด ไม่ควรข้ามไปอีกวันหนึ่ง ตลอดจนการบริการต้องมี มาตรฐานในการจัดการหอพักอย่างเป็นระบบ	หอพักให้เช่าควร ปรับปรุงเรื่องความ รวดเร็วในการ ให้บริการ จัดการ ห้องพักอย่างเป็น ระบบ
16	มีระเบียบข้อบังคับของห้องพัก และข้อมูลในการติดต่อ ประสานงานต่าง ๆ ไว้คอยบริการอย่างชัดเจน การบริการตรงต่อ เวลา รวดเร็วในการให้บริการ	มีระเบียบข้อบังคับ ของห้องพัก
17	ให้บริการที่รวดเร็วแก่ผู้เช่า โดยเฉพาะการซ่อมแซมอุปกรณ์ที่ชำรุด และเสียหายเช่น ฝักบัว หลอดไฟ ลิฟต์ เป็นต้น	ห้องพักควรมีบริการ ที่รวดเร็วเมื่อผู้เช่าเกิด ปัญหา

ตารางที่ 4-11 (ต่อ)

รหัส	คำให้สัมภาษณ์	Keyword
18	ที่สนใจเข้ามาเช่าพักอาศัยที่นี่เพราะทางโครงการมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับผู้เช่าอาศัยไม่ว่าจะเป็นเฟอร์นิเจอร์ TV เครื่องปรับอากาศ ฟรี Wifi เป็นต้น	โครงการมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับผู้เช่าอาศัย
19	มีการให้บริการข้อมูลลูกค้าทางโทรศัพท์ ในการสอบถาม ร้องเรียน เรื่องใด จะติดต่อมาที่ Contact Center ส่วนกลางของห้องพักเพื่อเป็นการติดต่อสื่อสารทางเดียว	มีการให้บริการข้อมูลลูกค้าทางโทรศัพท์
20	ควรเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพการทำงานของพนักงาน ประกอบกับการตั้งถ่วง ร้องเรียนและข้อเสนอแนะเพื่อ เจ้าของ คอนโดจะได้รับทราบถึงปัญหาภายในที่ ผู้เช่ากำลังประสบอยู่และนำมา แก้ไขได้อย่างทันท่วงที อีกทั้งต้องเข้มงวดในการปฏิบัติตน ของพนักงานและผู้เช่าอย่างเคร่งครัด เพื่อมิให้ทำให้ผู้เช่ารายอื่นเกิดความไม่พอใจ	เน้นการเพิ่ม ประสิทธิภาพและคุณภาพการทำงานของพนักงาน ข้องพนักงาน เข้มงวดเคร่งครัด

สรุปตารางที่ 4-11 พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ลูกค้าชาวจีนตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยใน จังหวัดชลบุรี มีความคิดเห็นด้านกระบวนการบริการการบริการในด้านต่าง ๆ ที่รวดเร็วเป็นความต้องการของผู้เช่าเป็นอันดับแรก ๆ เมื่อผู้เช่าเกิดปัญหา หรือ มีสิ่งขัดข้องให้ห้องพัก ความช่วยเหลือ จึงต้องการความรวดเร็วรวมทั้งแก้ปัญหาเฉพาะหน้า และให้บริการข้อมูลได้แม่นยำ

ตารางที่ 4-12 สรุปรูปทสัมภษณั้ลูกค้าชาวจีนตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยในจังหวัดชลบุรี มีความคิดเห็น ด้านกระบวนการบริการ

ประเด็น	ลูกค้าชาวจีนที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัดชลบุรี																				20 (%)
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19		
1. มีความรวดเร็วในการบริการ	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓			✓		✓	✓				✓			55
2. มีมาตรฐานการทำงานอย่างเป็นระบบ	✓			✓								✓				✓				✓	25
3. การรับฟังข้อร้องเรียน และข้อเสนอแนะ										✓											5
4. หอพักให้เช่าควรปรับปรุงเรื่องความรวดเร็วในการให้บริการ															✓		✓		✓		20
5. มีบริการลูกค้าทางโทรศัพท์									✓												5

จากตารางที่ 4-12 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ลูกค้าชาวจีนตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยในจังหวัดชลบุรี มีความคิดเห็น ด้านกระบวนการบริการ จำนวน 20 ราย พบว่า ให้ความสำคัญในข้อ มีความรวดเร็วในการบริการ คิดเป็นร้อยละ 55 มีมาตรฐานการทำงานอย่างเป็นระบบ คิดเป็นร้อยละ 25 การรับฟังข้อร้องเรียน และข้อเสนอแนะ คิดเป็นร้อยละ 5 หอพักให้เช่าควรปรับปรุงเรื่องความรวดเร็วในการให้บริการ คิดเป็นร้อยละ 20 และมีบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ คิดเป็นร้อยละ 5 ตามลำดับ

6. ท่านคิดว่าการเช่าห้องพักอาศัยด้านบุคคลที่ให้บริการ ควรเป็นอย่างไร

ตารางที่ 4-13 ผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นผู้ตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยชาวจีนที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัดชลบุรี

รหัส	คำให้สัมภาษณ์	Keyword
1	พนักงานต้องให้บริการที่ดีมาตรฐานเดียวกันกับลูกค้าทุกคนทั้งคนไทย คนจีน และชาวต่างชาติอื่น ๆ โดยต้องมีใจรักบริการและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อทุกคน และต้องมีความรู้เกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกและสิ่งต่าง ๆ ภายในหอพักได้เป็นอย่างดี	ให้บริการที่ดี มาตรฐานเดียวกัน มีสิ่งอำนวยความสะดวก
2	พนักงานบริการต้องมีใจรักบริการ มีมนุษยสัมพันธ์ดี พูดจาไพเราะ และสามารถสื่อสารภาษาจีน ได้บ้าง และต้องแต่งกาย สะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย และต้องรู้รายละเอียดเกี่ยวกับหอพักเป็นอย่างดี โดยเฉพาะสิ่งอำนวยความสะดวกที่ลูกค้าสนใจภายในหอพักได้เป็นอย่างดี	มีใจรักบริการ มี มนุษยสัมพันธ์ดี พูดจาไพเราะ จดจำ ชื่อลูกค้าได้
3	พนักงานที่ให้บริการควรเป็นคนที่มีรักงานบริการ สามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นเฉพาะหน้าได้ดี มีความเป็นมิตรกับทุกคน พูดจาไพเราะ สุภาพ มีอัธยาศัยที่ดี มีความรู้เกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกและสิ่งต่าง ๆ ภายในหอพักอย่างดี สามารถพูดภาษาจีน ได้บ้าง หรือภาษาอังกฤษ เพื่อช่วยในการสื่อสารระหว่างกัน นอกจากนี้ควรรู้เรื่องภายในจังหวัดชลบุรีได้ดี โดยเฉพาะสถานที่ต่าง อาทิ สถานที่ท่องเที่ยว แหล่งซื้อสินค้าราคาถูก ซึ่งเป็นพื้นฐานของบุคลากรที่ให้บริการในด้านงานบริการอยู่แล้ว	มีความเป็นมิตรกับ ทุกคน พูดจา ไพเราะ สุภาพ มีอัธยาศัยที่ดี พูดภาษาจีนได้

ตารางที่ 4-13 (ต่อ)

รหัส	คำให้สัมภาษณ์	Keyword
4	จากการสังเกตที่เข้ามาเช่าพักอาศัยหลายเดือนที่ผ่านมา เจ้าของหรือผู้ดูแลมีความน่าเชื่อถือ/ไว้วางใจได้และพนักงานให้บริการที่ดีและเป็นมาตรฐานเดียวกัน พนักงานของโครงการนี้ สามารถจดจำและเรียกชื่อเราได้รู้สึกชอบและประทับใจ พนักงานพูดจาดี ให้ ความสำคัญกับลูกค้าที่เข้ามาเช่าพักอาศัย	พนักงานให้บริการ ที่ดีและเป็น มาตรฐานเดียวกัน
5	พนักงานที่นี้เก่งสามารถพูดภาษาจีนได้บ้าง และเก่งภาษาอังกฤษ สามารถพูดจาสื่อสารกันเข้าใจ พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย รวมทั้งอธัยาศัยของเจ้าของหอพักหรือเจ้าหน้าที่เป็นกันเองกับลูกค้าที่ เข้ามาเช่าพักอาศัย	สามารถพูดภาษาจีน ได้บ้าง และเก่ง ภาษาอังกฤษ
6	พนักงานให้บริการมีจำนวนน้อย แต่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้เช่าพักอาศัย	มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี
7	พนักงานกริยามารยาทดี มีความความเป็นมิตร กระตือรือร้นเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี พนักงานมีเพียงพอ มีความรู้ความสามารถในการติดต่อสื่อสาร จดจำและเลือกชื่อเราได้ให้ข้อมูลและคำแนะนำต่าง ๆ ตรงตามคำแนะนำของลูกค้า	มีความความเป็น มิตร กระตือรือร้น เอาใจใส่ลูกค้า
8	พนักงานที่ดูแลห้องพัก ควรมีการให้บริการด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใสสุภาพ เป็นมิตร และบริการได้อย่างรวดเร็ว	ยิ้มแย้มแจ่มใส สุภาพ เป็นมิตร และ บริการได้อย่าง รวดเร็ว
9	เจ้าหน้าที่ต้องคำนึงถึงความพอใจและเหมาะสมกับผู้พักเป็นสูงสุด ต้องจริงใจกับผู้พักอาศัยและแนะนำสิ่งที่เหมาะสมให้กับลูกค้า พนักงานทุกคนต้องสวมใส่ชุดยูนิฟอร์มในขณะที่ปฏิบัติงานเนื่องจากเครื่องแบบพนักงานนั้นถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของการสื่อสารห้องพัก และให้ผู้พักสังเกตได้ง่าย	เจ้าหน้าที่ต้อง คำนึงถึงความพอใจ และเหมาะสมกับผู้ พัก
10	พนักงานให้บริการมีจำนวนน้อย แต่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้เช่าพักอาศัย	มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี

ตารางที่ 4-13 (ต่อ)

รหัส	คำให้สัมภาษณ์	Keyword
11	พนักงานที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีอบรมพนักงานทุกคน ให้มีใจรักในการบริการ และมีการปฏิบัติงานที่เหมาะสม และมีการทำการประเมินโดยมิได้บอกกล่าวและสอบถามความคิดเห็นและปัญหาต่าง ๆ จากผู้เข้าพักอาศัยอย่างสม่ำเสมอ เพื่อปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมโดยเร็วที่สุด รักงานบริการ	มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี รักงานบริการ
12	ให้ความสำคัญกับการที่พนักงานที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี
13	มีอัธยาศัยดี ยิ้มแย้มแจ่มใส และให้บริการกับผู้เข้าพักทุกระดับอย่างเท่าเทียมกัน	มีอัธยาศัยดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส
14	พนักงานต้องให้บริการที่ดีมีมาตรฐานเดียวกันกับลูกค้าทุกคนทั้งคนไทย คนจีน และชาวต่างชาติอื่น ๆ โดยต้องมีใจรักบริการและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อทุกคน และต้องมีความรู้เกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกและสิ่งต่าง ๆ ภายในห้องพักได้เป็นอย่างดี	มีใจรักบริการและมี มนุษยสัมพันธ์ที่ดี
15	จากการสังเกตที่เข้ามาเข้าพักอาศัยหลายเดือนที่ผ่านมา เจ้าของหรือผู้ดูแลมีความน่าเชื่อถือ/ไว้วางใจได้และพนักงานให้บริการที่ดีและเป็นมาตรฐานเดียวกัน พนักงานของโครงการนี้ สามารถจดจำและเรียกชื่อเราได้รู้สึกชอบและประทับใจ พนักงานพูดจาดี ให้ ความสำคัญกับลูกค้าที่เข้ามาเข้าพักอาศัย	พนักงานให้บริการที่ดี และเป็นมาตรฐาน เดียวกัน
16	พนักงานให้บริการมีจำนวนน้อย แต่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้เข้าพักอาศัย	มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี
17	มีอัธยาศัยดี ยิ้มแย้มแจ่มใส และให้บริการกับผู้เข้าพักทุกระดับอย่างเท่าเทียมกัน	มีอัธยาศัยดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส
18	พนักงานให้บริการมีจำนวนน้อย แต่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้เข้าพักอาศัย	มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี

ตารางที่ 4-13 (ต่อ)

รหัส	คำให้สัมภาษณ์	Keyword
19	เจ้าหน้าที่ต้องคำนึงถึงความพอใจและเหมาะสมกับผู้พักเป็นสูงสุด ต้องจริงใจกับผู้พักอาศัยและแนะนำสิ่งที่เหมาะสมให้กับลูกค้า พนักงานทุกคนต้องสวมใส่ชุดยูนิฟอร์มในขณะที่ปฏิบัติงานเนื่องจาก เครื่องแบบพนักงานนั้นถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของการสื่อสารห้องพัก และให้ผู้พักสังเกตได้ง่าย	คำนึงถึงความพอใจ และเหมาะสมกับผู้พัก
20	ให้ความสำคัญกับการที่พนักงานที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี

สรุปตารางที่ 4-13 พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ลูกค้าชาวจีนตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยใน จังหวัดชลบุรี มีความคิดเห็นด้านบุคลากรผู้ให้บริการ พนักงานต้องมีความสามารถและมีทัศนคติที่ดี สามารถที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ปัญหา และสร้างค่านิยมที่ดีให้กับองค์กรได้

ตารางที่ 4-14 สรุปบทสัมภาษณ์ลูกค้าชาวจีนตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยในจังหวัดชลบุรี มีความคิดเห็น ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ

ประเด็น	ลูกค้าชาวจีนที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัดชลบุรี																				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	(%)
1. พนักงานให้บริการที่ดีและเป็นมาตรฐานเดียวกัน	✓	✓		✓					✓					✓	✓			✓			35
2. สามารถพูดภาษาจีนได้บ้าง และเก่งภาษาอังกฤษ				✓	✓																10
3. มีความความเป็นมิตร กระตือรือร้นเอาใจใส่ลูกค้า			✓			✓															10
4. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี							✓	✓			✓	✓	✓			✓	✓		✓	✓	45

จากตารางที่ 4-14 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ลูกค้าชาวจีนตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยในจังหวัดชลบุรี มีความคิดเห็น ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ จำนวน 20 ราย พบว่า ให้ความสำคัญในข้อ พนักงานให้บริการที่ดีและเป็นมาตรฐานเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 35, สามารถพูดภาษาจีนได้บ้าง และเก่งภาษาอังกฤษ คิดเป็นร้อยละ 10, มีความความเป็นมิตร กระตือรือร้นเอาใจใส่ลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 10 และพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี คิดเป็นร้อยละ 45 ตามลำดับ

7. ท่านคิดว่าการเช่าห้องพักอาศัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพในความพอใจของท่านเป็นอย่างไร

ตารางที่ 4-15 ผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นผู้ตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยชาวจีนที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัดชลบุรี

รหัส	คำให้สัมภาษณ์	Keyword
1	คิดว่าชื่อเสียง และภาพลักษณ์ของหอพักมีความน่าเชื่อถือ ไม่เปรียบลูกค้าที่มาเช่าอาศัย นอกจากนี้อุปกรณ์ และเครื่องมือเครื่องใช้ที่ช่วยอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มีความแข็งแรงคงทน	ชื่อเสียง และ ภาพลักษณ์ของ หอพักมีความ น่าเชื่อถือ
2	อุปกรณ์และเครื่องมือเครื่องใช้ที่ช่วยอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มีความแข็งแรง ทนทาน หอพัก ควรออกแบบสถานที่ทั้งภายในและภายนอกและภายในให้มีความสวยงามทันสมัย โดยเฉพาะสถานที่จอดรถควรเป็นระเบียบเรียบร้อย	สถานที่จอดรถควร เป็นระเบียบ เรียบร้อย
3	อยากให้หอพักที่เช่าอาศัย เพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง เช่น ฟรี Wifi หรืออุปกรณ์กีฬาที่จำเป็น และมีความแข็งแรงทนทาน เช่น อุปกรณ์ออกกำลังกาย เช่น ลูกเหล็กยกน้ำหนัก หรือจัดสถานที่ออกกำลังกายให้กับผู้เช่าพักอาศัย อาทิ ลานกีฬาภายในหอพัก เช่น สถานที่ตีเทนนิส และควรตกแต่งสถานที่ภายในและภายนอกให้มีความสะดวกเรียบร้อย เพื่อสร้างชื่อเสียง และบริการที่ดีของที่พักอาศัย	หอพักที่เช่าอาศัย เพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ บริการดี

ตารางที่ 4-15 (ต่อ)

รหัส	คำให้สัมภาษณ์	Keyword
4	คิดว่าภายนอกและภายในที่พักอาศัยสะอาด สวยงาม เป็นระเบียบ เรียบร้อย เห็นครั้งแรกรู้สึกประทับใจน่าจะเช่าอาศัยเลยตัดสินใจ	ที่พักอาศัยสะอาด สวยงาม เป็นระเบียบ เรียบร้อย
5	ที่นี้สิ่งแวดล้อมโดยรวมดี ของลักษณะโครงการห้องพักที่เข้ามาเช่า ที่พักอาศัย สะอาด เรียบร้อย มีข้อเสียนิดหน่อย คือ ที่จอดรถไม่เพียงพอ โดยเฉพาะรถเก๋ง มีจำนวนมาก จำนวนพื้นที่จอดรถไม่เพียงพอมีการจอดรถซ้อนคัน บางครั้งเวลาจะขับรถออกต้องเข็นรถอีกคัน	สิ่งแวดล้อมโดยรวมดี ของลักษณะห้องพัก สะอาด เรียบร้อย
6	โดยรวมเป็นอาคารที่สร้างมาหลายปี ควรมีการปรับปรุงโดยการทาสีใหม่ เพื่อให้ดูดีขึ้นมองเหมือนใหม่ ปรับปรุงทัศนียภาพรอบ ๆ โดยการปลูกต้นไม้เพื่อความร่มรื่นสวยงาม	มีการปรับปรุงอาคาร ที่พัก ปลูกต้นไม้ ร่ม รื่นสวยงาม
7	ดีกออกแบบสวยงามเป็นแบบไทยร่วมสมัย อากาศถ่ายเทสะดวก ไม่ร้อนอบอ้าว ชั้นล่างมีลิอบบี้เหมือนโรงแรม ดูดีมาก ความสะดวกของอาคารและรอบ ๆ ดีก ทำความสะอาดเรียบร้อย	ดีกออกแบบสวยงาม มีส่วนกลางสะอาด
8	โดยรวมห้องพักที่เช่า บรรยากาศภายในห้องพักดีมาก ภายในห้องพักบริการ Wifi และบรรยากาศรอบบริเวณสถานที่พักก็ที่ดี ต้นไม้ร่มรื่น	ห้องพักที่เช่า บรรยากาศภายใน ห้องพักที่ดี
9	การพักอาศัยผู้พักอาศัยโดยการเรียกชื่อเป็นเรื่องสำคัญมาก เพราะจะทำให้ผู้พักอาศัยเกิดความประทับใจ แสดงให้เห็นถึงความใส่ใจที่มีต่อผู้พักอาศัย และพนักงาน Contact center ควรเรียกชื่อผู้พักอาศัยที่โทรไปทุกครั้งในการสนทนา เพื่อสร้างความสนิทคุ้นเคย ทำให้ผู้พักอาศัยรู้สึกสนิทใจ และพร้อมเปิดใจให้ข้อมูล	มีระบบ Contact center จำชื่อลูกค้าได้
10	เรื่องความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ ดีของพนักงาน การดูแลลูกค้าเท่าเทียมกันของพนักงาน และเรื่องการแต่งกายที่ สะอาดและความสุภาพของพนักงาน	เรื่องความมีมนุษย สัมพันธ์ที่ดี

ตารางที่ 4-15 (ต่อ)

รหัส	คำให้สัมภาษณ์	Keyword
11	ให้ความสำคัญกับความรวดเร็วในการให้ข้อมูล การรับฟังข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ และการกำหนดระเบียบข้อบังคับอย่างชัดเจน ในการเช่าห้องพัก	ให้ความสำคัญกับความรวดเร็วในการให้ข้อมูล
12	พื้นที่ ด้านหน้าอาคารเป็นที่ จอดรถจักรยานยนต์ และมีการให้บริการตู้ซักผ้า หยอดเหรียญขนาดใหญ่จำนวน 1 ตู้ ตู้ซักผ้าหยอดเหรียญขนาดเล็กจำนวน 2 ตู้ และตู้กดน้ำหยอดเหรียญจำนวน 1 ตู้	มีที่จอดรถจักรยานยนต์
13	รูปแบบของพาร์ทเมนต์ให้เช่ามีความสวยงามและทันสมัย ผู้เช่าจะเกิดความประทับใจนับตั้งแต่แรกเห็น กระทั่งตัดสินใจเช่าชมภายในห้องพักต่อไป	ที่พักมีความสวยงามและทันสมัย
14	มี รปภ. หรือระบบรักษาความปลอดภัยที่ได้มาตรฐาน โดยพื้นฐานผู้เช่าพักอาศัยย่อมต้องการความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ดังนั้น ระบบรักษาความปลอดภัยจึงเป็นสิ่งที่ผู้เช่านำมาพิจารณาประกอบการตัดสินใจ	มี รปภ. หรือระบบรักษาความปลอดภัยที่ได้มาตรฐาน
15	ที่นี้สิ่งแวดล้อมโดยรวมดี ของลักษณะโครงการห้องพักที่เข้ามาเช่าพักอาศัย สะอาด เรียบร้อย มีข้อเสียนิดหน่อย คือ ที่จอดรถไม่เพียงพอ โดยเฉพาะรถเก๋ง มีจำนวนมาก จำนวนพื้นที่จอดรถไม่เพียงพอมีการจอดรถซ้อนคัน บางครั้งเวลาจะขับรถออกต้องเข็นรถอีกคัน	โครงการห้องพักที่เข้ามาเช่าพักอาศัย สะอาด เรียบร้อย
16	ตึกออกแบบสวยงามเป็นแบบไทยร่วมสมัย อากาศถ่ายเทสะดวก ไม่ร้อนอบอ้าว ชั้นล่างมีลิโอบบี้เหมือนโรงแรม คูตีมาก ความสะดวกของอาคารและรอบ ๆ ตึก ทำความสะอาดเรียบร้อย	ตึกออกแบบสวยงามเป็นแบบไทยร่วมสมัย สะอาดเรียบร้อย
17	มี รปภ. หรือระบบรักษาความปลอดภัยที่ได้มาตรฐาน โดยพื้นฐานผู้เช่าพักอาศัยย่อมต้องการความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ดังนั้น ระบบรักษาความปลอดภัยจึงเป็นสิ่งที่ผู้เช่านำมาพิจารณาประกอบการตัดสินใจ	มี รปภ. หรือระบบรักษาความปลอดภัยที่ได้มาตรฐาน

ตารางที่ 4-15 (ต่อ)

รหัส	คำให้สัมภาษณ์	Keyword
18	โดยรวมเป็นอาคารที่สร้างมาหลายปี ควรมีการปรับปรุงโดยการทาสีใหม่ เพื่อให้ดูดีขึ้นเหมือนใหม่ ปรับปรุงทัศนียภาพรอบ ๆ โดยการปลูกต้นไม้เพื่อความร่มรื่นสวยงาม	ปรับปรุงทัศนียภาพรอบ ๆ โดยการปลูกต้นไม้
19	เรื่องความมีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดีของพนักงาน การดูแลลูกค้าเท่าเทียมกันของพนักงาน และเรื่องการแต่งกายที่ สะอาดและ	พนักงานมีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี
20	ที่นี่สิ่งแวดล้อมโดยรวมดี ของลักษณะโครงการห้องพักที่เข้ามาเช่าพักอาศัย สะอาด เรียบร้อย มีข้อเสียนิดหน่อย คือ ที่จอดรถไม่เพียงพอ โดยเฉพาะรถเก๋ง มีจำนวนมาก จำนวนพื้นที่จอดรถไม่เพียงพอมีการจอดรถซ้อนคัน บางครั้งเวลาจะขับรถออกต้องเงินรถอีกคัน	มีสิ่งแวดล้อมโดยรวมดี และที่จอดรถไม่เพียงพอ

สรุปตารางที่ 4-15 พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ลูกค้าชาวจีนตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยในจังหวัดชลบุรี มีความคิดเห็นด้านลักษณะทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการ เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านความสะอาด ความรวดเร็วหรือผลประโยชน์อื่น ๆ ในการศึกษาครั้งนี้ ลักษณะทางกายภาพ คือบรรยากาศในห้องพัก/ ที่พัก บรรยากาศรอบบริเวณสถานที่พัก และระบบรักษาความปลอดภัยของห้องพัก

ตารางที่ 4-16 สรุปบทสัมภาษณ์ลูกค้าชาวจีนตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยในจังหวัดชลบุรี มีความคิดเห็น ด้านลักษณะทางกายภาพ

ประเด็น	ลูกค้าชาวจีนที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัดชลบุรี																					
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	(%)	
1. ชื่อเสียง และภาพลักษณ์ของหอพักมีความน่าเชื่อถือ	✓									✓					✓							15
2. สถานที่จอดรถควรเป็นระเบียบเรียบร้อย และเพียงพอ		✓			✓							✓										15
3. ที่พักมีความสวยงามและทันสมัย			✓				✓	✓					✓			✓						25
4. มีระบบ Contact Center									✓		✓											10
5. มี รปภ. 24 ชั่วโมง														✓			✓		✓			15
6. ที่จอดรถไม่เพียงพอ																					✓	5
6. สิ่งแวดล้อมโดยรวมดี					✓	✓													✓			15

จากตารางที่ 4-16 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ลูกค้าชาวจีนตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยในจังหวัดชลบุรี มีความคิดเห็นด้านลักษณะทางกายภาพ จำนวน 20 ราย พบว่า ให้ความสำคัญในข้อ ชื่อเสียง และภาพลักษณ์ของหอพักมีความน่าเชื่อถือ คิดเป็นร้อยละ 15 สถานที่จอดรถควรเป็นระเบียบเรียบร้อยและเพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 10 ที่พักมีความสวยงามและทันสมัย คิดเป็นร้อยละ 25 มีระบบ Contact center คิดเป็นร้อยละ 10 มี รปภ. 24 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 15 ที่จอดรถไม่เพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 5 และสิ่งแวดล้อมโดยรวมดี คิดเป็นร้อยละ 15 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-17 สรุปความคิดเห็นของผู้เช่าที่พักอาศัยของลูกค้าชาวจีนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดชลบุรีตามประเด็นต่าง ๆ

ประเด็น	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยของลูกค้าชาวจีน																				20 (%)
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
1. ด้านลักษณะห้องพัก		✓	✓					✓	✓												20
2. ด้านราคา	✓														✓	✓	✓		✓	✓	30
3. ด้านทำเลที่ตั้ง				✓			✓				✓										15
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด																					0
5. ด้านบุคลากรที่ให้บริการ					✓						✓										10
6. ด้านกระบวนการให้บริการ										✓			✓	✓				✓			20
7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ						✓															5

สรุปตารางที่ 4-17 พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ลูกค้าชาวจีนจำนวน 20 ราย ในการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัดชลบุรี นั้น ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ด้าน ดังนี้ ด้านลักษณะห้องพักจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20 ด้านราคาจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30 ด้านทำเลที่ตั้งจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15 ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่มีท่านใดตัดสินใจเลือก ด้านบุคลากรที่ให้บริการ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10 ด้านกระบวนการให้บริการจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20 ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5 ตามลำดับ

แนวทางในการสร้างกลยุทธ์จากการสัมภาษณ์ข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยสามารถจำแนกวิเคราะห์ แจกแจงในการประเมินกลยุทธ์สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจที่เช่าที่พักอาศัย สรุปว่า จากการสัมภาษณ์ผู้พักอาศัยชาวจีนที่พักอาศัยในจังหวัดชลบุรี ในการสร้างกลยุทธ์การขายเพื่อชิงส่วนแบ่งทางการตลาดเพื่อจะได้ครอบครองหรือเพิ่มยอดผู้พักอาศัย ฉะนั้นการประเมินกลยุทธ์ก็หมายถึงการคอยติดตามตรวจสอบ ความก้าวหน้า ปัญหา และอุปสรรค ตลอดจนความสำเร็จและความล้มเหลวของกิจกรรมต่าง ๆ ที่ประกอบขึ้นเป็นกลยุทธ์การขายขององค์กร ซึ่งวิธีการในการติดตามประเมินผลนั้น โดยฝ่ายบริหารการตลาดหรือเจ้าของโครงการได้กำหนดกลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อให้เจ้าหน้าที่ หรือพนักงานดำเนินกิจกรรมหรือแนวทางหรือกลยุทธ์ ก็คือการติดตามข่าวสารข้อมูล โดยการสร้างตัวชี้วัดความสำเร็จที่ได้กำหนดไว้และคอยแก้ไขปัญหา อุปสรรคต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้ ตลอดจนคอยติดตามให้การสนับสนุนแก่ ผู้ปฏิบัติงานในส่วนต่าง ๆ ในทุกด้าน ให้สามารถปฏิบัติงานตามกลยุทธ์ให้ได้ผลอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้เมื่อได้ทราบถึงพฤติกรรมเช่าที่พักอาศัยของลูกค้าชาวจีนในการตัดสินใจอย่างไรจะได้ใช้แนวทางการตลาดเพื่อการแข่งขันทางธุรกิจ โดยรับรู้แผนการตลาด เพื่อมาวางแผนในการทำงานหรือการเสนอราคาเช่าที่พักอาศัยให้สอดคล้องกับทุก ๆ ด้าน ทั้งเศรษฐกิจ สังคม และด้านอื่น ๆ ทั้งนี้เมื่อองค์กรดำเนินกิจการไปสักระยะหนึ่งอาจต้องปรับเปลี่ยนแผนการขายใหม่เสนอราคาเช่าใหม่ปรับปรุงรูปแบบห้องพักให้สวยงาม ทันสมัย องค์กรจะต้องปรับเปลี่ยนแผน โดยการกำหนดกลยุทธ์ต่าง ๆ ในการนำเสนอใหม่ เพราะจะทำให้องค์กรรู้ว่าควรจะดำเนินธุรกิจไปทางใด จะขยายตัวอย่างไรหรือขยายห้องพักเพิ่มเติมมากขึ้นเพียงใดจะมีวิธีการแข่งขันได้อย่างไร จะใช้ตัวชี้วัดในการประเมินกลยุทธ์ในการทำธุรกิจห้องเช่าที่พักอาศัยอย่างไร สามารถประเมินกลยุทธ์การขายด้วยการสร้างตัวชี้วัดที่เหมาะสมขึ้นมาได้ ซึ่งผู้วิจัยได้ออกแบบตัวอย่างการทำแผนกลยุทธ์การในดำเนินธุรกิจที่เช่าที่พักอาศัย โดยมีรายละเอียดตามตารางที่ 4-18

ตารางที่ 4-18 ตัวอย่างการทำแผนกลยุทธ์การขององค์กร (ผู้ประกอบการ เช้าพักอาศัย)

ทิศทาง	เป้าหมาย	ตัวชี้วัด	กลยุทธ์
เน้นราคา	เพื่อเพิ่มยอด ห้องพัก	จำนวนห้อง ที่ลูกค้าเข้าพัก ร้อยละ: พนักงานที่ผ่านการ อบรม หลักสูตร Service mind	กลยุทธ์ราคาต่ำเช่าเริ่มต้น จัดทำแผนฝึกอบรม
เน้น ลักษณะ ห้องพัก ตกแต่ง ครบ	เพื่อสร้าง บริการที่มี คุณภาพ	จำนวนห้องพักที่ลูกค้าสนใจ ร้อยละ: จำนวนพนักงานที่ ได้รับฝึกอบรมทักษะด้าน มนุษยสัมพันธ์	กลยุทธ์การตกแต่งภายใน จัดทำแผนการฝึกอบรมด้าน ความสามารถในการขายอย่าง ต่อเนื่อง (จัดทำแผนการฝึกอบรม ด้านมนุษยสัมพันธ์)
เน้น บุคลากร ให้บริการ	เพื่อสร้างการ ให้บริการที่ ทันสมัย	รูปแบบห้องที่ลูกค้าสนใจ ร้อยละ: จำนวนพนักงานที่ นำเสนอขายอย่างมี ประสิทธิภาพ	กลยุทธ์พัฒนาองค์กร จัดทำแผนฝึกอบรมด้านการ นำเสนอขาย
เน้นความ สะดวกใน การ เดินทาง	เพื่อเพิ่ม ศักยภาพของ โครงการที่พัก อาศัย	ร้อยละ: พนักงานทุกคนมี พฤติกรรมในการให้ข้อมูลที่ ถูกต้อง	กลยุทธ์ ความรู้รอบตัว และ ความเชี่ยวชาญของพนักงาน
เน้น ทัศนียภาพ ความเงียบ ร่มรื่น	เพื่อสร้าง ความ ประทับใจ ผ่อนคลายกับ ลูกค้า	จำนวนลูกค้าออกมาเดินเล่น พักผ่อน ออกกำลังกาย ร้อยละ: จำนวนพนักงานที่ รับผิดชอบด้านสิ่งแวดล้อมทาง กายภาพ	กลยุทธ์ กำหนดพื้นที่สีเขียว และออกกำลังกาย

ตารางที่ 4-18 (ต่อ)

ทิศทาง	เป้าหมาย	ตัวชี้วัด	กลยุทธ์
เน้นส่งเสริมการตลาด	เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี	จำนวนลูกค้าที่เช่าอยู่ระยะยาว ร้อยละ: จำนวนพนักงานที่มี ความรู้ ความเข้าใจสามารถ อธิบายผลิตภัณฑ์ของโครงการ ได้ครบถ้วน	กลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ (PR)
เน้นบริหาร	เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุด	จำนวนลูกค้าที่เช่าอยู่นานไม่ ย้ายที่เช่าพักบ่อย ร้อยละ: ของความพึงพอใจของ ลูกค้าที่มีต่อโครงการ	กำหนดให้มีประชาสัมพันธ์ สำรวจความพึงพอใจของลูกค้า

ตามเนื้อหา (Content analysis) จากแบบสอบถามปลายเปิด เป็นข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ของผู้เช่าที่พักอาศัยที่เป็นลูกค้าชาวจีน ปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 4-19 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาจากแบบสอบถามปลายเปิดเป็นข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ของผู้เช่าห้องพักที่เป็นลูกค้าชาวจีนที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัดชลบุรี

ลำดับที่	ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ	ความถี่
1	เรื่องสถานที่จอดรถยนต์ไม่เพียงพอ	8
2	สิ่งอำนวยความสะดวกภายในอาคารที่พักและบริเวณใกล้เคียง	3
3	ความสะอาดภายในอาคารและภายนอกอาคาร	2
4	ระบบรักษาความปลอดภัย	2
5	สิ่งอำนวยความสะดวกการเดินทางเข้าออกที่พัก	2
6	ควรมีกิจกรรมเพิ่มเติมในการส่งเสริมตลาด	2
7	ควรปรับปรุงสถานที่ให้บริการ ให้กับผู้ใช้บริการ	1

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา แนวทางการพัฒนากลยุทธ์สำหรับที่พักอาศัย สำหรับลูกค้าชาวจีนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดชลบุรีเป็นการศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้าชาวจีนที่ตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยในจังหวัดชลบุรี ซึ่งการศึกษาครั้งนี้ใช้การศึกษภาคสนาม (Field survey) สัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ และสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) โดยเลือกสัมภาษณ์เฉพาะชาวจีนที่ที่พักอาศัยในจังหวัดชลบุรี จากกลุ่มตัวอย่าง 20 คน ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ด้านความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างในฐานะผู้รับบริการจากการเช่าที่พักอาศัย สามารถสรุปประเด็นสาระสำคัญของผลการศึกษาในปีวิจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ใน 7 ประการดังนี้

- 1) ด้านลักษณะห้องพัก
- 2) ด้านราคา
- 3) ด้านทำเลที่ตั้ง
- 4) ด้านการส่งเสริมทางการตลาด
- 5) ด้านการบริการ
- 6) ด้านบุคคลที่ให้บริการ
- 7) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพตามรายละเอียดดังนี้

สรุปผล

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นผู้ตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยชาวจีนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดชลบุรีจำแนกตามเพศ จำนวน 20 ราย พบว่ามีเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 80 รองลงมา เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 20 อายุระหว่าง 20 ปี-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 75 รองลงมา อายุระหว่าง 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 35 ระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 75 รองลงมา ระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 25 สถานภาพ โสด ทั้ง 20 ราย รายได้ต่อเดือน 31,000-40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 55 รองลงมา รายได้ต่อเดือน 21,000-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 45 จำนวนผู้พักอาศัยในห้องพัก จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 55 รองลงมา ผู้พักอาศัย จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 45 สถานที่เช่าพัก โดยมีลูกค้าชาวจีนอาศัยอยู่มากที่สุด คือ เดอะทรัสต์ คอนโด อมตะนคร อมตะมิราเคิล คอนโดมิเนียม คอนโด เคหะเทพประสิทธิ์ ตึก A มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ คิดเป็นร้อยละ 15 รองลงมาคือ ลุมพินี คอนโดทาวน์ ชลบุรี เดอะทรัสต์ คอนโด พัทยาใต้ ลุมพินี วิลลีนานาเกสโอ จอมเทียน คอนโดเทล 10 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ คิดเป็นร้อยละ 10 อันดับสุดท้ายคือ นิคมอมตะนคร เฟส 10, นิคมอมตะนคร เฟส 11, คอนโด เคหะเทพประสิทธิ์ ตึก B ค่าเฉลี่ยเท่ากับ คิดเป็นร้อยละ 5 ตามลำดับ

ด้านลักษณะห้องพัก พบว่า กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจด้านลักษณะห้องพักจำนวน 4 คน ต้องการความปลอดภัย ห้องพักสะอาด อากาศปลอดโปร่งและที่จอดรถสามารถรองรับจำนวนผู้เช่าเพียงพอ รวมถึงต้องการมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี มีบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าครบวงจร

ด้านราคา พบว่ากลุ่มตัวอย่างตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยโดยการตัดสินใจด้านราคาจำนวน 6 คน มีราคาค่าห้อง ค่าน้ำ ค่าไฟ เหมาะสมกับราคาค่าเช่าพัก เป็นไปตามที่จ่ายจริง

ด้านทำเลที่ตั้ง พบว่า กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยโดยการตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้งจำนวน 3 คน เมื่อพิจารณาความคิดเห็นพบว่า มีความสะดวกในการเดินทางอยู่ใกล้ศูนย์การค้า และสถานที่ทำงานมีความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร (มีสัญญาณโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต)

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัย โดยการตัดสินใจด้านส่งเสริมทางการตลาด พบว่า ไม่มีท่านใดตัดสินใจเลือก แต่กลุ่มตัวอย่างต้องการที่จะได้รับการส่งเสริมการตลาดอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นส่วนลดค่าห้อง กิจกรรมภายในที่เช่าพักอาศัย

ด้านบุคลากรที่ให้บริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัย โดยการตัดสินใจเลือกด้านบุคลากรที่ให้บริการ จำนวน 2 คน เมื่อพิจารณาความคิดเห็น พบว่า เจ้าของหรือผู้ดูแลมีความน่าเชื่อถือ/ไว้วางใจ และพนักงานให้บริการดี และมีมาตรฐานเดียวกัน สามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นเฉพาะหน้าได้ดี มีความเป็นมิตร มีอัธยาศัยที่ดี ซึ่งเป็นพื้นฐานของบุคลากรที่ให้บริการในงานบริการควรปฏิบัติ

ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัย โดยการตัดสินใจเลือกด้านกระบวนการให้บริการ จำนวน 4 คน เมื่อพิจารณาความคิดเห็น พบว่า มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มีระบบ CCTV ในจุดต่าง ๆ ของบริเวณอาคาร และตามชั้นที่เช่าพักอาศัย มีมาตรฐานการบริหารจัดการ มีระบบการบริการแก้ปัญหาต่าง ๆ โดยให้ทางห้องพักปรับปรุงเรื่องความรวดเร็วในการบริการ เช่น ซ่อมแซมอุปกรณ์ต่าง ๆ

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัย โดยการตัดสินใจเลือกทางด้านคุณภาพการบริการ/ทางกายภาพ จำนวน 1 คน เมื่อพิจารณาความคิดเห็นพบว่า ต้องการให้ ภายนอก และภายใน อาคารที่เช่าพักอาศัย สะอาด สวยงาม เป็นระเบียบ เป็นตึกสร้างใหม่ เป็นต้น

2. ผลจากข้อมูลการสัมภาษณ์นำมาวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดในการพัฒนากลยุทธ์สำหรับที่พักอาศัยสำหรับลูกค้าชาวจีนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดชลบุรี โดยเฉพาะปัจจัยด้านราคา มี

อิทธิพลต่อผู้เช่าพักอาศัยมากที่สุดรวมทั้งปัจจัยด้านอื่น ๆ ด้วย ปัจจุบันตลาดเป็นของผู้บริโภคส่วนใหญ่มีทางเลือกหรือตัวเลือกของสินค้ามากมายอะไรที่ดึงดูดลูกค้า อะไรที่ดึงดูดลูกค้ามาก ลูกค้าก็สนใจเป็นธรรมดาโดยเฉพาะที่พักอาศัย ซึ่งจะต้องใช้งบประมาณค่อนข้างสูง บางครั้งผู้ประกอบการต้องเป็นหนี้ธนาคาร ลูกค้าต้องการสิ่งที่ดีที่สุด ต้องการความคุ้มค่าหรือประโยชน์ใช้สอย ฉะนั้นผู้ประกอบการต้องวางแนวทางกลยุทธ์และตัดสินใจบนพื้นฐานของความรอบคอบเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า โดยเฉพาะลูกค้าชาวต่างชาติอย่างคนจีน ปัจจัยด้านราคามีอิทธิพลจากมากไปหาน้อย จากข้อมูลการสัมภาษณ์รองลงมา ด้านกระบวนการให้บริการ เพราะเจ้าของกิจการหรือพนักงานให้บริการมีส่วนสำคัญอย่างมาก เป็นสาเหตุหลักเพราะว่าผู้ให้บริการต้องมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี พุดจาไพเราะ ให้เกิดลูกค้า ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญสำหรับผู้ให้บริการเป็นการสร้างแรงจูงใจให้เกิดขึ้น ผู้ประกอบการต้องสร้างภาพลักษณ์และคุณภาพให้บริการที่ดีด้วย นอกจากนี้ความสะดวกสบายในการเดินทาง ได้แก่ การเดินทางไปสถานที่ทำงานยังมีระบบโครงข่ายคมนาคมที่มีระบบขนส่งรองรับ สะดวกรวดเร็ว ประหยัดค่าใช้จ่าย ซึ่งการเลือกทำเลที่ตั้งเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่ง และความเสียบสงบของการพักอาศัยตอบสนองรูปแบบการใช้ชีวิตเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัย

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัย แนวทางการพัฒนากลยุทธ์สำหรับที่พักอาศัยสำหรับลูกค้าชาวจีนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดชลบุรี ได้ค้นพบ (Fact findings) ที่มีคุณค่าและเป็นประโยชน์ทางวิชาการจึงนำมาอภิปรายผลโดยการหลักการกรวิทยา (Logic) และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมีประเด็นที่น่าสนใจดังนี้

ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับที่พักอาศัยสำหรับลูกค้าชาวจีนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดชลบุรีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ด้านลักษณะห้องพัก มีผู้ตัดสินใจเลือก 4 คนต้องการความปลอดภัย ห้องพักสะอาด อากาศปลอดโปร่งและที่จอดรถสามารถรองรับจำนวนผู้เช่าเพียงพอ รวมถึงต้องการมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี ซึ่งขัดแย้งกับ งานวิจัย อภิญา เสมเสริมบุญ (2552) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมในย่านทองหล่อกรุงเทพมหานคร โดยการศึกษาเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบปัจจัยการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในย่านทองหล่อกรุงเทพมหานครพบว่าปัจจัยการตัดสินใจเลือกคอนโดมิเนียมในย่านทองหล่อกรุงเทพมหานครซื้อทั้ง 4 ด้านในภาพรวมอยู่ในระดับน้อยโดยปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นอันดับแรกรองลงมาคือปัจจัยด้านราคาและปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับสุดท้าย, ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ด้านราคา มีผู้ตัดสินใจเลือก 6 คน

มีราคาค่าห้อง ค่าน้ำ ค่าไฟ เหมาะสมกับราคาค่าเช่าพัก เป็นไปตามที่จ่ายจริงซึ่งขัดแย้งกับ งานวิจัย พจนารถ อิ่มสอน (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภค ในเขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร ศึกษาถึงความคิดเห็นที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด 7 ด้าน พบว่ากลุ่มเป้าหมายต้องการให้ทางอพาร์ทเมนท์เห็นถึงความสำคัญในด้านการส่งเสริมการตลาดมากที่สุด, ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ด้านทำเลที่ตั้ง มีผู้ตัดสินใจเลือก 3 คน ต้องการให้มีความสะดวกในการเดินทางอยู่ใกล้ศูนย์การค้า และสถานที่ทำงานมีความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร (มีสัญญาณโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต) ซึ่งสอดคล้องกับ ตรีนุช แวแสง (2555) การใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของประชาชนวัยทำงานเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานครพบว่า อันดับแรก คือด้านทำเลที่ตั้ง ต้องมีความปลอดภัย อันดับสองด้านราคา ต้องมีเงินโอนเงินสดสามารถผ่อนได้อันดับสามด้านผลิตภัณฑ์, ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่มีผู้ตัดสินใจเลือก แต่ต้องการที่จะได้รับการส่งเสริมการตลาดอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นส่วนลดค่าห้อง กิจกรรมภายในที่เช่าพักอาศัย ซึ่งขัดแย้งกับ งานวิจัย พจนารถ อิ่มสอน (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภค ในเขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร พบว่ากลุ่มเป้าหมายต้องการให้ทางอพาร์ทเมนท์เห็นถึงความสำคัญในด้านการส่งเสริมการตลาดมากที่สุด, ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ด้านบุคลากรที่ให้บริการ มีผู้ตัดสินใจเลือก 2 คน, ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมีผู้ตัดสินใจเลือก 1 คนซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัย พจนารถ อิ่มสอน (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภค ในเขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ด้านกระบวนการให้บริการ ต้องการให้ มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มีระบบ CCTV ในจุดต่าง ๆ ของบริเวณอาคาร และตามชั้นที่พักอาศัย มีมาตรฐานการบริหารจัดการ มีระบบการบริการแก้ปัญหาต่าง ๆ โดยให้ทางห้องพักปรับปรุงเรื่องความเร็วในการบริการ เช่น ซ่อมแซมอุปกรณ์ต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยอภิญา เสมเสริมบุญ (2552) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมในย่านทองหล่อกรุงเทพมหานครภาพรวมอยู่ในระดับน้อยโดยปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นอันดับแรกรองลงมาคือปัจจัยด้านราคาและปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับสุดท้าย

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. ส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะห้องพักสามารถในส่วนของห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับเฟอร์นิเจอร์สามารถสนองต่อความต้องการของผู้เช่าที่พักอาศัยได้เป็น

อย่างดี เป็นจุดดึงดูดความสนใจให้ผู้เช่ารายใหม่และมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเช่าได้เป็นอย่างดี ผู้ประกอบการนำประเด็นเหล่านี้ไปวางแผนการตลาดในการหาผู้เช่ารายใหม่หรือนำไปแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่น โดยนำเสนอความสวยงามการตกแต่งห้องพักมีอุปกรณ์ที่ต้องใช้ใน ชีวิตประจำวันครบครันให้กับผู้เช่า

2. การวิจัยครั้งนี้ พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ด้านบุคลากรที่ให้บริการ และสถานที่ตั้งมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัย ซึ่งส่วนนี้จะแตกต่างกันไปตามสถานที่ทำงานของผู้เช่าที่พักอาศัย ดังนั้นผู้วิจัย จึงเสนอว่า ผู้ประกอบการควรมีการคิดราคาห้องพัก ค่าน้ำ ค่าไฟ และค่ามัดจำล่วงหน้า ในราคาที่เหมาะสม ควรมีมาตรฐานการอบรมพนักงานในการบริการ ให้มีประสิทธิภาพ ส่วนด้านทำเลที่ตั้งถือว่าเป็นปัจจัยหลัก ดังนั้น ก่อนที่จะลงทุนทำธุรกิจที่เช่าพักอาศัย ควรมีการศึกษาและตัดสินใจเรื่องนี้เป็นอย่างดี นอกจากนั้นยังมีบริการเสริมอื่น ๆ เพิ่มเติมที่ช่วยดึงดูดความสนใจให้กับผู้เช่าพัก ซึ่งสามารถนำไปแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่น ๆ ในพื้นที่ใกล้เคียงเดียวกันได้

3. แนวทางกลยุทธ์ กลยุทธ์นับว่าเป็นสิ่งสำคัญและมีความจำเป็นต่อองค์กรสูงมากในปัจจุบัน หากมองในมุมของการตลาด องค์กรก็ต้องคำนึงถึงจะอย่างไรให้ลูกค้าตัดสินใจทำสัญญาเช่าที่พักอาศัยในโครงการแต่หากในมุมของผู้รับบริการก็คือ อยากรู้ได้สิ่งนี้ สิ่งนี้ ต้องการให้แก้ไข เพิ่มเติมหากตรงกับความต้องการก็จะตัดสินใจเช่าที่พักอาศัย การช่วงชิงส่วนแบ่งทางการตลาด เพื่อที่จะได้ครอบครองส่วนแบ่งหรือยอดขายแนวทางการตลาดควบคู่กับกลยุทธ์การขายของ พนักงานหรือเจ้าของโครงการที่เช่าพักอาศัยจำเป็นเสมอ เช่น กลยุทธ์การลดราคา กลยุทธ์การโฆษณาและส่งเสริมการขายอย่างไรก็ตามการดำเนินงานที่ทำให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย หรือการสร้างวิธีในการแข่งขันที่จะทำให้องค์กรสามารถเอาชนะคู่แข่งได้นั้น ผู้บริหารธุรกิจ พนักงาน นักการตลาด จะต้องร่วมมือกันสร้างกลยุทธ์การขายเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ ผู้บริโภค เพราะการที่จะทำให้ธุรกิจอยู่รอดได้ เติบโต มีกำไร จะต้องมีความสามารถหรือสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันให้เกิดขึ้น ซึ่งการที่จะทำให้ความได้เปรียบในการแข่งขันนั้นผู้บริหารหรือเจ้าของโครงการที่เช่าพักอาศัยจะต้องมีเป้าหมายและทิศทางก้าวไปข้างหน้าอย่างชัดเจน จากนั้นจึงกำหนดแนวทางในการดำเนินงานหรือกลยุทธ์เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางใจ

ทั้งนี้การทำให้กลยุทธ์เป็นความจริงต้องการทั้งการวางแผนและการกระทำ เพราะถ้าขาดกลยุทธ์จะทำให้บริษัทหรือโครงการและผู้ประกอบการ ขาดความมุ่งหมายและทิศทาง ฉะนั้น ภายใต้สภาพแวดล้อมของการแข่งขันที่ไม่ลดลง ภายใต้การพัฒนาและการดำเนินกลยุทธ์ที่บรรลุความสำเร็จ ผู้บริหารต้องเข้าใจกลยุทธ์ กระบวนการบริหารเชิงกลยุทธ์และระดับการมีส่วนร่วม

ในองค์กรที่จะต้องมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาและดำเนินกลยุทธ์ให้ชัดเจน และสอดคล้องกับกระแสความเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ และทำให้การเติบโตหรือขยายตัวขององค์กรเป็นไปโดยมีกรอบทิศทางที่แน่ชัด

4. ผู้ประกอบการให้บริการห้องพัก ควรรักษามาตรฐานในการให้บริการที่ครอบคลุมความต้องการ โดยเฉพาะลูกค้าชาวจีน มีพนักงานที่เอาใจใส่ต่อความเป็นอยู่ของลูกค้า พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ จดจำชื่อลูกค้า ยิ้มแย้ม แจ่มใส มีความสุภาพอ่อนโยน นอกจากนี้ผู้ประกอบการควรตั้งราคาเช่าที่ไม่สูงจนเกินไปเพราะผู้เช่าพักอาศัย เมื่อเปรียบเทียบรายได้ของผู้เช่าพักอาศัยที่เป็นคนต่างประเทศ มีรายได้เฉลี่ยไม่สูงนัก ควรมีการลดค่าเช่าพักอาศัยเพื่อสร้างแรงจูงใจให้พักระยะยาว หรือบางครั้งผู้เช่าพักอาศัยควรแนะนำกลุ่มเพื่อน หรือญาติมาพัก ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการมีกลุ่มลูกค้าเพิ่มขึ้น

5. ผู้ประกอบการควรทำกลยุทธ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ คืออาคารที่เช่าพักอาศัยให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับการดำเนินนโยบายหลักขององค์กร จะทำให้องค์กรสามารถปรับปรุงแนวทางหรือทิศทางในการดำเนินงานของโครงการให้มีความสมบูรณ์มากขึ้น ตลอดจนทบทวนความเหมาะสมของตัวชี้วัดและระดับเป้าหมายให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปได้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. แบบสอบถามจากงานวิจัยครั้งนี้ ไม่สามารถบอกสาเหตุในการที่ผู้เช่าที่พักอาศัยจะย้ายออกหรือไม่เช่าต่อไปได้ ในการออกแบบสอบถามครั้งต่อไปควรสอบถามเกี่ยวกับสาเหตุที่ทำให้ผู้เช่าตัดสินใจไม่เช่าพักอาศัยต่อจากสาเหตุดังกล่าวเกี่ยวข้องกับบุคลากร กระบวนการให้บริการ หรือสิ่งอำนวยความสะดวกใด ๆ ที่ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาปรับปรุงได้ ผู้ประกอบการจะได้นำสาเหตุดังกล่าวไปวิเคราะห์และพัฒนาปรับปรุงต่อไป

2. จากการศึกษาครั้งนี้ ยังไม่สามารถประเมินระดับราคาของที่พักอาศัยได้ ซึ่งจะมีผู้บริโภคหลายกลุ่มปะปนกัน ตั้งแต่ผู้เช่าพักอาศัยที่มีราคาต่ำจนถึงที่มีระดับราคาสูง ในการศึกษารoundต่อไปควรสอบถามราคาของที่พักอาศัยที่ผู้บริโภคพัก เพื่อเป็นการแบ่งกลุ่มของประเภทผู้เช่าพัก ตลอดจนพฤติกรรมของผู้เช่าพัก เพื่อให้ทราบว่าผู้เช่าพักแต่ละระดับมีพฤติกรรมอย่างไรบ้าง

3. ควรพัฒนากรณี (Case studies) โดยเลือกหอพักที่ประสบความสำเร็จมีผู้เช่าพักเต็ม เพื่อใช้เป็นกรณีศึกษาทางการบริการทางการตลาด โดยศึกษาถึงปัจจัยความสำเร็จในการจัดการทางกลยุทธ์ที่สมรรถนะขององค์กร ระบบทีมงาน

4. มีการทำวิจัยพัฒนาโดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการควบคู่กับผู้เช่าพักอาศัยเพื่อสำรวจรูปแบบการให้บริการอย่างครบวงจร หรือพัฒนารูปแบบการให้บริการของสถานที่พักอาศัยในจังหวัดชลบุรี อาทิ แนวทางการพัฒนายุทธศาสตร์การให้บริการเชิงรุกเพื่อเข้าถึงลูกค้าทุกกลุ่มต่อไป

5. ผู้สนใจควรทำการศึกษา เจาะลึกไปในแต่ละประเภทของโครงการอาคารเช่าพักอาศัย ซึ่งจะช่วยให้ทราบผลการวิจัยที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการต่อไป

บรรณานุกรม

- กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. (2558). รายงานสถานการณ์ทางสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ จังหวัดชลบุรี ประจำปี 2558, กรุงเทพฯ: กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์.
- ณัฐธิดา สระธรรม. (2557). ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ความภักดีต่อตราสินค้า และความไว้วางใจในตราสินค้าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัททราเวล เอเจนซี่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วารสารการวิจัยทางธุรกิจ, 2(1), 1-25.
- ตรีนุช แวงแสง. (2555). การใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของประชาชนวัยทำงานเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร. เข้าถึงได้จาก http://mis.krirk.ac.th/librarytext/MBA/2554/Trenuch_Waewsang.pdf
- นราทิพย์ ชุตินวงศ์. (2550). ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์.
- ปิติ โชติสุกานต์. (2556). ปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจของชาวต่างชาติ ในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ ในประเทศไทยเพื่อเตรียมความพร้อมในการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน: กรณีศึกษาอพาร์ทเมนท์ย่านสีลม. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ปัทมธาดา กิจหัตถพร. (2554). นโยบายบ้านหลังแรกและปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองแสนสุข จังหวัดชลบุรี. งานนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหาร, วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- พจนารถ อิ่มสอน. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภค ในเขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร. วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทร์วิโรฒ, 6(2), 134-144.
- พรพินันท์ ยี่รงค์. (2557). ความเหลื่อมล้ำในการกระจายรายได้ การศึกษาและสาธารณสุขในจังหวัดเชียงราย. เข้าถึงได้จาก <http://rs.mfu.ac.th/obels/>
- พากภูมิ พร้อมไพล. (2551). พฤติกรรมการซื้อและปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า iPod ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. งานนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- มารีสา จุลสมบุญณ์. (2555). *กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน กรณีศึกษา ห้างหุ้นส่วนจำกัด สมใจพาร์ทเมนท์*. งานนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการภาษีอากร, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์. (2556). *การตลาดบริการ* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศุภลักษณ์ สุริยะ. (2556). *แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของแผนกต้อนรับส่วนหน้าโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอาเซียน กรณีศึกษา : โรงแรมบุติก กรุงเทพมหานคร*. งานนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ, คณะการจัดการการท่องเที่ยว, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สุรัตน์ สดชื่นจิตต์. (2554). *การศึกษาความต้องการของผู้พักอาศัยต่อสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักอาศัยและพื้นที่ส่วนกลางที่มีผลต่อการเลือกอพาร์ทเมนท์ระดับกลาง: กรณีศึกษามายเฮาส์ เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์*. การศึกษาเฉพาะบุคคลศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการออกแบบ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สำนักงานจัดหางานจังหวัดชลบุรี. (2559). *รายงานสถานการณ์แรงงานจังหวัดชลบุรี ไตรมาส 2 ปี 2559*. เข้าถึงได้จาก http://www.mol.go.th/sites/chonburi.mol.go.th/files/sthaankaarnaitrmaas_2_-2559.pdf
- เสกสรร คำสม. (2556). *ทำไมถึงต้องมี (ชื่อ) บ้าน*. เข้าถึงได้จาก http://www.tpa.or.th/writer/read_this_book_topic.php?pageid=4&bookID=258&read
- อดุลย์ จาคูรงค์กุล. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อรุณี ล้อมเสริมฐิ. (2554). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเลือกใช้บริการที่พักในเขตกรุงเทพ*. งานนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- อภิญา เสมเสริมบุญ. (2552). *ปัจจัยการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในย่านถนนทองหล่อ กรุงเทพมหานคร*. ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- อัจฉรา สมบัตินันทนา. (2555). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย*. งานนิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- Donggen, W. (2014). *Residential self-selection, built environment, and travel behavior in the Chinese context*. Hong Kong: Baptist University.
- Gobi, K., Sinniah, M., Zaly, S., Geoff, V., & Paulus, TA. (2016). *Residential location preferences: New Perspective*. Newcastle: Newcastle University.
- Kigochi, John M. and Lesley M. Mace.(2009). "The determinants of demand for single family housing in Alabama urbanized areas", *International Journal of Housing Markets and Analysis*, Vol. 2 Issue: 2, pp.132-144, doi: 10.1108/17538270910963072.
- Kotler,P. (2006). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education.
- Wu, F. (2010). Housing environment preference of young consumers in Guangzhou, China: Using the analytic hierarchy process. *Property Management*, 28, 3.
- Xinyu (Jason) Cao.(2014). *Satisfaction with travel and residential self-selection: How do preferences moderate the impact of the Hiawatha Light Rail Transit line?*, *Humphrey School of Public Affairs, University of Minnesota* University of Minnesota, Twin Cities.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview research)

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยของลูกค้าชาวจีน
ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดชลบุรี

ชื่อผู้วิจัย: จุติพัชร แพนเกาะ

นักศึกษาหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจโลก (จีน)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร.ธีทัต ตรีศิริ โชติ

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์.....

วันที่สัมภาษณ์.....เวลา.....

ชื่อ โครงการที่พักอาศัย.....

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

1. ข้อมูลเกี่ยวกับผู้สัมภาษณ์

1. เพศ

2. อายุ

3. ระดับการศึกษา.....

4. อาชีพ

5. สถานภาพ.....

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....

7. จำนวนสมาชิกที่พักด้วยกัน

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps โดยรายละเอียดดังนี้ ด้านลักษณะ

ห้องพัก ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้งด้านการส่งเสริมทางการตลาดด้านการบริการด้านบุคคลที่

ให้บริการด้านคุณภาพการบริการ

1. ท่านคิดว่าการเช่าห้องพักอาศัย ด้านลักษณะห้องพักในความคิดของท่านเป็นอย่างไร

โปรดอธิบาย

.....

.....

.....

2. ท่านคิดว่าการเช่าห้องพักอาศัยด้านราคาที่เหมาะสมในความคิดของท่านเป็นอย่างไร
โปรดอธิบาย

.....
.....
.....

3. ท่านคิดว่าการเช่าห้องพักอาศัยด้านทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมในความคิดของท่านเป็นอย่างไร
โปรดอธิบาย

.....
.....
.....

4. ท่านคิดว่าการเช่าห้องพักอาศัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่ดีในความคิดของท่านควรเป็น
อย่างไร โปรดอธิบาย

.....
.....
.....

5. ท่านคิดว่าการเช่าห้องพักอาศัยด้านการบริการที่ดีในความคิดของท่านควรเป็นอย่างไร
โปรดอธิบาย

.....
.....
.....

6. ท่านคิดว่าการเช่าห้องพักอาศัยด้านบุคคลที่ให้บริการ ควรเป็นอย่างไร โปรดอธิบาย

.....
.....
.....

7. ท่านคิดว่าการเช่าห้องพักอาศัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพในความพอใจของท่านเป็นอย่างไร

.....
.....
.....

8. ในการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยที่นี้ ท่านให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ด้านใดมากที่สุด โปรดระบุมารายละเอียด

.....

.....

.....

ส่วนที่ 3 คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักอาศัยของลูกค้ำชาวจีนในเขตจังหวัดชลบุรี

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง
ผู้วิจัย

ภาคผนวก ข
อักขรวิธีสุทธี

Plagiarism Checking Report

Created on May 28, 2017 at 21:36 PM

Submission Information

ID	SUBMISSION DATE	SUBMITTED BY	ORGANIZATION	FILENAME	STATUS	SIMILARITY INDEX
498349	May 28, 2017 at 21:36 PM	57710402@my.buu.ac.th	มหาวิทยาลัยบูรพา	ch_1.docx	Completed	0.00 %
498340	May 28, 2017 at 21:31 PM	57710402@my.buu.ac.th	มหาวิทยาลัยบูรพา	ch_2.docx	Completed	3.79 %
498350	May 28, 2017 at 21:37 PM	57710402@my.buu.ac.th	มหาวิทยาลัยบูรพา	ch_3.docx	Completed	0.00 %
498352	May 28, 2017 at 21:37 PM	57710402@my.buu.ac.th	มหาวิทยาลัยบูรพา	ch_4.docx	Completed	0.00 %
498353	May 28, 2017 at 21:37 PM	57710402@my.buu.ac.th	มหาวิทยาลัยบูรพา	ch_5.docx	Completed	0.00 %